



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN BASE A LA METODOLOGÍA SERVQUAL EN LA EMPRESA
MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE
GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023.”**

AUTORES:

**ANA DEL ROCÍO GAVILANES MUÑOZ
CHRISTIAN JOSE MUÑOZ CALDERON**

DIRECTOR

ING. CHARLES VISCARRA A.

PARES ACADÉMICOS

ING. PAOLA ALBÁN T.

ING. FLOR POVEDA V.

GUARANDA - ECUADOR

2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE
EN BASE A LA METODOLOGÍA SERVQUAL EN LA EMPRESA
MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE GUARANDA,
PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023.

AGRADECIMIENTO

No es la felicidad lo que nos hace agradecidos; es la gratitud lo que nos hace felices, gratitud a mis padres por ser los entes principales de mi existencia, agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar por abrirme sus puertas y a todas las personas que han contribuido de manera invaluable a la realización de esta tesis. Mi gratitud se extiende hacia mi director de tesis, cuya guía experta y apoyo constante han sido fundamentales para dar forma y dirección a este trabajo. También quiero agradecer a mis amigos por su apoyo incondicional y motivarme día a día durante todo este proceso. Cada aporte, por pequeño que parezca, ha contribuido a la culminación de este logro académico en este trabajo no solo refleja mi esfuerzo, sino también la generosidad y colaboración de aquellos que creyeron en mí, con humildad y gratitud, dedico este trabajo a todos los que han sido parte de mi trayectoria.

ANA GAVILANES.

Agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar por abrirme las puertas de esta noble institución, donde he adquirido conocimientos y obtuve las mejores experiencias, a través de diferentes docentes quienes compartieron todo el periodo, al Ing. Charles Viscarra por aceptar ser partícipe de este proyecto quien nos ha sabido guiar de la mejor manera posible con sus conocimientos y enseñanzas, a la vez a nuestras pares académicas Ing. Paola Albán y Ing. Ximena Poveda, fuentes de guía para poder realizar el trabajo de investigación y a la vez culminar con éxito el mismo.

CHRISTIAN MUÑOZ.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres por su sacrificio, trabajo y amor que me han sabido brindar, en todos estos años de mi carrera universitaria, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí. A toda mi familia que de una u otra manera me apoyaron y han aportado en mi formación académica y personal. También de manera muy especial dedico este trabajo a mis amigos quienes fueron de mucha ayuda en todo este proceso, porque siempre creyeron contribuyendo incondicionalmente a lograr mi meta y objetivo propuesto y que al brindarme su apoyo en el momento que necesite de su ayuda me impulsó a conseguirlo.

ANA GAVILANES.

Dedico este trabajo a quienes han sido mi inspiración y apoyo a lo largo de esta travesía académica. Al señor de la justicia por bendecirme y ayudarme a conseguir mis metas, a mi familia por su amor incondicional, paciencia y constante aliento en cada paso que he dado. A mis amigos por su ayuda en todo momento, a mis profesores y mentores, cuya sabiduría y orientación me han guiado hacia la excelencia, a cada persona que, de una manera u otra, ha contribuido a mi crecimiento y desarrollo académico, les dedico este logro. Que este trabajo sea un pequeño reflejo de la gratitud que siento hacia todos ustedes.

CHRISTIAN MUÑOZ.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. "CHARLES PAUL VISCARRA ARMIJOS", Ing. "PAOLA ESTEFANÍA ALBÁN TRUJILLO" e Ing. "FLOR XIMENA POVEDA VALVERDE", en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN BASE A LA METODOLOGÍA SERVQUAL EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023." desarrollado por los señores Ana Del Rocío Gavilanes Muñoz y Christian Jose Muñoz Calderon.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas**, por lo tanto, autorizamos su presentación.

Guaranda, febrero del 2024

Ing. Charles Paul Viscarra Armijos

Director

Ing. Paola Estefanía Albán Trujillo

Par Académico

Ing. Flor Ximena Poveda Valverde

Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras GAVILANES MUÑOZ ANA DEL ROCÍO y CHRISTIAN JOSE MUÑOZ CALDERON portadoras de la Cédula de Identidad No 0202367678 y 1207587856 en calidad de autores y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

“Plan de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente en base a la metodología Servqual en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023.”, modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Ana del Rocío Gavilanes Muñoz

Christian Jose Muñoz Calderon

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA	iii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO I.....	4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	4
1.1 Descripción del Problema.....	4
1.2 Formulación del Problema	5
1.3 Preguntas de Investigación.....	5
1.4 Justificación.....	6
1.5 Objetivos:	8
General	8
Específicos	8
1.6 Hipótesis.....	8
1.7 Variables (Operacionalización).....	9
CAPÍTULO II	10

MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes.....	10
2.2 Científico.....	12
2.3 Conceptual.....	18
2.4 Legal.....	21
2.5 Georeferencial.....	27
CAPÍTULO III.....	28
METODOLOGÍA.....	28
3.1 Tipo de Investigación.....	28
3.1.1 Investigación Exploratoria.....	28
3.1.2 Investigación Bibliográfica.....	28
3.1.3 Investigación de campo.....	28
3.2 Enfoque de la investigación.....	29
3.2.1 Cuantitativo.....	29
3.2.2 Cualitativo.....	29
3.3 Métodos de Investigación.....	29
3.3.1 Inductivo.....	29
3.3.2 Deductivo.....	29
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos.....	30
3.4.1 Encuesta.....	30
3.4.2 Entrevista.....	30
3.4.3 Observación.....	30
3.5 Universo, Población y Muestra.....	31
3.6 Procesamiento de la Información.....	31
CAPÍTULO IV.....	32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32

4.1 Análisis, Interpretación.....	32
Conclusiones y Recomendaciones del Análisis e Interpretación de Resultados...	55
CAPÍTULO V	57
PROPUESTA	57
5.1 TEMA.....	57
5.2 Introducción.....	58
5.3 Justificación.....	59
5.4 Objetivos.....	60
Objetivo General	60
Objetivos Específicos	60
5.5 Análisis Situacional.....	61
5.6 Análisis Estratégico.....	63
Matriz PESTEL	63
Matriz FODA	65
Matriz de Empatía con el Cliente.....	66
PROGRAMA DE LEALTAD DE CLIENTE.....	67
Estrategias de calidad en el cliente:.....	67
Desarrollo estratégico.....	70
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Operacionalización de las variables	9
Cuadro N° 2 Matriz PESTEL	63
Cuadro N° 3 Matriz FODA.....	65
Cuadro N° 4 Matriz de Empatía con el Cliente	66
Cuadro N° 5 Desarrollo estratégico	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Disponibilidad de Tecnología Moderna	32
Tabla N° 2 Material adecuado de información	34
Tabla N° 3 Instalaciones adecuadas	36
Tabla N° 4 Satisfacción del servicio	37
Tabla N° 5 Respuesta inmediata	39
Tabla N° 6 Interés en resolver los problemas	41
Tabla N° 7 Empleado eficiente	43
Tabla N° 8 Satisfacción en el tiempo de respuesta	44
Tabla N° 9 Eficiencia en el empleado.....	45
Tabla N° 10 Eficientes en el momento indicado.....	46
Tabla N° 11 Seguridad el brindar el servicio	47
Tabla N° 12 Comportamiento con los clientes	49
Tabla N° 13 Eficiencia en la atención.....	50
Tabla N° 14 Amabilidad brindado por el personal	51
Tabla N° 15 Contribuyen a las necesidades de los clientes	52
Tabla N° 16 Horarios accesibles para la atención.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Ubicación de la empresa.....	27
Figura 2	Disponibilidad de Tecnología Moderna	33
Figura 3	Material adecuado de información	34
Figura 4	Instalaciones adecuadas.....	36
Figura 5	Satisfacción del servicio	37
Figura 6	Respuesta inmediata	39
Figura 7	Interés en resolver los problemas	41
Figura 8	Empleado eficiente	43
Figura 9	Satisfacción en el tiempo de respuesta	44
Figura 10	Eficiencia en el empleado.....	45
Figura 11	Eficientes en el momento indicado.....	46
Figura 12	Seguridad el brindar el servicio	47
Figura 13	Comportamiento con los clientes	49
Figura 14	Eficiencia en la atención.....	50
Figura 15	Amabilidad brindado por el personal	51
Figura 16	Contribuyen a las necesidades de los clientes	52
Figura 17	Horarios accesibles para la atención.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Cronograma Tentativo (Gant)	79
ANEXO N° 2 Presupuesto Ejecutado	81
ANEXO N° 3 Encuesta Aplicado a los clientes de EMAPAG	82
ANEXO N° 4 Entrevista con el Gerente de la Empresa EMAPAG.....	84
ANEXO N° 5 Aplicación de las Encuestas	85
ANEXO N° 6 Entrevista con el Gerente	87
ANEXO N° 7 Carta de Aceptación	88
ANEXO N° 8 Certificado del Turnitin.....	89
ANEXO N° 9 Captura del Turnitin	90

INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y orientado hacia la satisfacción del cliente, la excelencia en el servicio al cliente se ha vuelto un elemento crucial para el éxito y la supervivencia de las organizaciones; en este entorno, las empresas enfrentan el desafío de adoptar enfoques y métodos que les permitan de manera constante medir, evaluar y potenciar la calidad de los servicios que brindan, una de estas metodologías ampliamente reconocidas es Servqual, que se enfoca en analizar las percepciones y las expectativas de los clientes con el fin de detectar discrepancias en la calidad del servicio.

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda (EMAPAG), se ve en la necesidad apremiante de elevar los estándares de calidad en su atención al cliente, debido a la creciente demanda por servicios eficientes y a las expectativas elevadas de los usuarios, es esencial que la empresa afronte este reto de manera organizada y estructurada.

El presente proyecto de investigación se enfoca en desarrollar un Plan de Mejoramiento de la Calidad del Servicio al Cliente en la Empresa EMAPAG, basado en la metodología SERVQUAL; esta elección se debe a su enfoque integral, que considera tanto las percepciones actuales de los clientes sobre el servicio como sus anticipaciones a futuro; A través de un análisis exhaustivo y una evaluación rigurosa, esta investigación tiene como objetivo proporcionar a la Empresa EMAPAG estrategias de mejora precisas y efectivas para llevar a cabo una transformación significativa en su cultura organizativa y en la forma en que interactúa con sus clientes; en última instancia, se busca contribuir al fortalecimiento de la empresa y al impulso del desarrollo sostenible en la Provincia de Bolívar, generando un impacto positivo en la calidad de vida de la comunidad y sentando las bases para un futuro más próspero.

RESUMEN

En este trabajo se mide la calidad del servicio de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de la Ciudad de Guaranda, mediante la metodología Servqual. El modelo Servqual mide la calidad del servicio a través de las preferencias y percepciones de los clientes basándose en cinco dimensiones: confiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y valor material. Con ayuda de la investigación se analizó el principal problema, es decir, el desconocimiento sobre el nivel de calidad del servicio de asistencia pericial y el cumplimiento de los objetivos planteados.

La presente tesis aborda el diseño y desarrollo de un "Plan de Mejoramiento de la Calidad del Servicio al Cliente" en la Empresa EMAPAG. El enfoque principal se basa en la metodología SERVQUAL, reconocida por su capacidad para evaluar y mejorar la calidad de los servicios; esta metodología se emplea como marco conceptual para analizar las expectativas y percepciones de los clientes en relación con diversos aspectos del servicio brindado por la empresa de agua potable y alcantarillado.

En última instancia, este trabajo aspira a proponer un conjunto integral de recomendaciones y acciones concretas para el Plan de Mejoramiento de la Calidad del Servicio al Cliente, con la finalidad de elevar los estándares de calidad percibidos por los usuarios. Al implementar este plan basado en la metodología SERVQUAL, la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda podría no solo incrementar la satisfacción del cliente, sino también fortalecer su relación con la comunidad y asegurar la eficiencia y efectividad en la prestación de sus servicios en un contexto dinámico y exigente.

Palabras clave: Calidad del servicio, Modelo Servqual, Asistencia pericial, Percepciones, Eficiencia.

ABSTRACT

In this work, the quality of the service of the Municipal Drinking Water and Sewerage Company from Guaranda is measured with the Servqual methodology. The Servqual model measures service quality through customer preferences and perceptions based on five dimensions: reliability, sensitivity, security, empathy, and material value. About the investigation, the main problem was analyzed, is the lack of knowledge about the level of quality of the expert assistance service and the fulfillment of the proposed objectives.

The Thesis deals with the design and development of a “Customer Service Quality Improvement Plan” in the EMAPAG Company. The main approach is based on the SEVQUAL methodology, recognized for its to assess and improve the quality of services. This methodology is used as a conceptual framework to analyze the expectations and perceptions of customers in relation to several aspects of the service provided by the drinking water and service company.

Finally, this investigation aspires to propose a comprehensive set of recommendations and concrete actions for the Customer Service Quality Improvement Plan, with the purpose of raising the quality standards perceived by users, By implementing the plan based on the SERVQUAL methodology the Municipal Drinking Water and Sewerage Company from Guaranda could not only increase customers satisfaction, but also strengthen its relationship with the community and ensure efficiency and effectiveness in the provision of its services in a Dynamic and demanding context.

Keywords: Service quality, Servqual model, Expert assistance, Perceptions, Efficiency.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

Los clientes son la parte primordial de una organización y su razón de ser, es el personaje principal en el juego de negocios. Por lo tanto, las empresas deben ser conscientes de sus necesidades cambiantes, ya que es un desafío constante para la organización ayudar a atenderlas y retener a los clientes. Para los clientes, la calidad significa satisfacer sus necesidades y deseos, lo que significa que la calidad depende de cómo responde el servicio a las expectativas del cliente.

En pocas palabras, la sostenibilidad y el crecimiento de una empresa dependen de las relaciones que construye con sus clientes, de acuerdo a Peter Drucker reconocido autor en administración y economía, “el verdadero negocio de cada empresa es hacer y mantener clientes”.

Según Eduardo Quiñonez afirma que, la satisfacción del cliente es una forma de medir qué tan contentos y satisfechos están tus clientes con los productos y servicios de la empresa, se utiliza para comprender qué tan bien este indicador cumple con las expectativas de tus clientes y cómo los compradores potenciales perciben tu producto; esta es muy útil, especialmente cuando se desea medir la efectividad de sus iniciativas y relacionamiento con sus clientes de forma más precisa, la alta satisfacción del cliente es importante por una multitud de razones adicionales. (Quiñonez, 2023)

La calidad del servicio es sumamente importante para cualquier empresa, institución o negocio ya que de ella depende la satisfacción del cliente.

En la provincia de Bolívar se distribuye el agua potable a través de la empresa EMAPAG, la cual es capaz de atender las necesidades y demandas de los servicios de agua potable y alcantarillado en Guaranda, donde el factor humano debe irse adaptando a los diversos cambios que se dan con el tiempo además de satisfacer de una manera positiva reflejando una atención eficiente ya que los usuarios son quienes dan la iniciativa para mejorar la satisfacción del cliente.

La situación actual de la calidad del servicio de la Empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda es que no cuenta con una herramienta para comprender los factores clave de la satisfacción del cliente. Por ello, el interés de realizar esta investigación, en la que se medirá dicha satisfacción mediante la metodología SERVQUAL, y de esta forma la empresa tomará medidas para corregir y dar un mejor servicio.

Como institución pública y al servicio de sus ciudadanos, todos los servicios que brinda deben coordinarse, mantenerse en calidad, eficacia y eficiencia para satisfacer las siempre cambiantes necesidades de los clientes que dan vida a la institución y por ende los niveles de satisfacción no deben ser bajos.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide la metodología Servqual en el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente en la empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda, año 2023?

1.3 Preguntas de Investigación

¿Cómo mantener el interés de los clientes por la empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda?

¿Qué importancia tiene el servicio al cliente en la empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda?

¿Quiénes se benefician con la Metodología Servqual en relación a la calidad del servicio en la empresa EMAPAG?

1.4 Justificación

En la actualidad el tema de la satisfacción del cliente es muy importante, porque de él depende la sostenibilidad de un negocio y los clientes son su determinante más importante, se pueden derivar una serie de beneficios de la evaluación de la calidad del servicio, algunos de los cuales son; comprender la satisfacción del cliente esto es importante porque puede identificar lo que está sucediendo en su organización y determinar si hay problemas que requieran acciones correctivas o de mejora.

Desde la condición subjetiva del cliente, se consideran dos posturas, primera, se estima la relación entre la percepción y el beneficio que recibe; la satisfacción del cliente es el resultado de comparar la percepción que tiene el cliente de los beneficios de un producto o servicio con las expectativas que tenía creadas. Y, segunda, desde la experiencia emocional al recibir un servicio; la satisfacción del cliente se puede entender como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

En las instituciones públicas tienen la responsabilidad de adoptar mecanismos eficaces con procesos que brinden la oportunidad de crear satisfacción a la ciudadanía, simplificando trámites, apoyándose de la tecnología y el recurso humano que debe estar plenamente capacitado. Las empresas públicas están obligadas por el Estado y las empresas privadas por la economía, incluir mecanismos de control necesarios en cuanto a la gestión y herramientas de gestión que se incorpore para conseguir calidad, consecuentemente satisfacción, posteriormente beneficios económicos.

Los procesos y resultados de las empresas públicas deben ser transparentes y estar alineados al servicio que presta una institución, para ella poder entregar a los usuarios oportunamente los servicios que requiera.

A través de la presente investigación se podrá contribuir a la empresa EMAPAG brindando información real sobre qué factores consideran los clientes al momento de determinar la calidad del servicio y contribuir a su satisfacción, lo que permitirá a la empresa tomar decisiones y realizar mejoras continuas. En sí la entidad beneficiada será la empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda, donde se analizará y ejecutará el proyecto, y los clientes podrán cumplir con sus expectativas

y requerimientos. La finalidad de este estudio es comprender los principales factores de la calidad del servicio que influyen en la satisfacción del cliente y contribuyen al mejoramiento de las actividades que realiza la empresa.

Por ende, nuestra línea de investigación se basa en el desarrollo económico y empresarial, ya que de ellos depende su capacidad para crear, aplicar y difundir ideas en beneficio de la sociedad, podemos ver que la innovación comienza con ideas.

1.5 Objetivos:

General

Diseñar un plan de mejoramiento de la calidad de servicio al cliente en base a la Metodología Servqual en la empresa EMAPAG del Cantón Guaranda, año 2023.

Específicos

- Analizar la situación actual de la empresa EMAPAG, para la evaluación de su desempeño y el nivel de satisfacción existente de los clientes.
- Fundamentar teóricamente los conceptos para la determinación en los factores críticos para la satisfacción de los clientes.
- Proponer la metodología Servqual para el mejoramiento de la calidad del servicio EMAPAG.

1.6 Hipótesis

Ha: Con el desarrollo de la metodología Servqual mejorará la calidad del servicio al cliente en la empresa EMAPAG del Cantón Guaranda.

Ho: Con el desarrollo de la metodología Servqual no mejorará la calidad del servicio al cliente en la empresa EMAPAG del Cantón Guaranda.

1.7 Variables (Operacionalización)

Cuadro N° 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Mejoramiento a la atención al cliente	Brindar un servicio al cliente competente y atento y entregar productos y servicios diferenciados.	Eficacia Eficiencia Cumplimiento Productividad Evaluación	La capacidad Relacionados con los recursos invertidos. Relacionados con el grado de consecución Relacionados con los niveles de productividad relacionados con medir el rendimiento	Encuesta y entrevista
Aplicar la metodología Servqual	El modelo Servqual es un método de investigación empresarial que mide y evalúa la calidad del servicio.	Fiabilidad Sensibilidad Seguridad Empatía Elementos tangibles	Analizar la percepción del cliente. Identificar las áreas. Determinar los riesgos. Mejoramiento de las instalaciones	

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Según el autor (Lucas, 2021) en su tema de investigación “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ” concluye que mediante la aplicación de la matriz FODA se posibilitó conocer la situación actual de la calidad de servicio del sector ferretero de la ciudad de Puerto López, en la cual se identificaron sus características internas donde se especifican las fortalezas y debilidades, además, de su situación externa precisando sus oportunidades y amenazas que en conjunto fueron imprescindibles para poner en marcha una adecuada y correcta toma de decisiones en función a la mejora de la calidad del servicio dentro de la empresas del sector ferretero de la ciudad de Puerto López.

El trabajo de investigación de (Vizute, 2021) en la Universidad Nacional de Chimborazo con el tema “LAS DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA CLOUDSTUDIO CIA. LTDA. EN LA CIUDAD DE QUITO” se planteó evaluar las dimensiones del modelo Servqual en la satisfacción del cliente, en la cual concluyó que en la actualidad, se realizan pocos estudios de la calidad del servicio por parte de empresas, en particular las empresas de servicios, lo cual constituyó el eslabón principal para desarrollar esta investigación, en la que se pone de manifiesto que la calidad del servicio es algo indispensable en las empresas para lograr una ventaja competitiva, e identificar los puntos fuertes y débiles.

El trabajo de investigación con el tema “EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DEL MODELO SERVQUAL EN EL PARADERO SABOR LATINO DEL CANTÓN PALLATANGA DEL PERÍODO 2018” concluyen que, con los resultados obtenidos del Modelo Servqual se pudo medir la calidad de la atención al cliente, con la adaptación de dicho modelo al Paradero Sabor Latino se demuestra que puede ser aplicado para de esta manera poder enfocarse en los puntos deficientes y corregir de manera oportuna. De tal manera,

que la atención al cliente tiene influencia en la satisfacción del cliente y es primordial enfocarse en brindar la mejor prestación de servicio para que el Paradero Sabor Latino tenga un comportamiento favorable dentro del mercado alimenticio. (Francisco & Josselyn, 2020)

El trabajo de investigación de (Paredes, 2021) con el tema “DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE CON LA METODOLOGÍA SERVQUAL PARA UNA EMPRESA DE RETAIL” concluyo que: estudio se desarrolló a raíz de la recepción de algunas quejas a través de correos electrónicos, llamadas y redes sociales en relación al servicio recibido, por lo que se pensó que existiría una percepción negativa de la calidad del servicio por parte de los clientes. Sin embargo, tras la aplicación de la metodología Servqual, se concluye que actualmente la empresa cuenta con una percepción bastante positiva por parte de la gran mayoría de los clientes y que las quejas que se habían recibido anteriormente no son representativas para afectar a los resultados obtenidos, tratándose de casos puntuales.

2.2 Científico

Metodología Servqual

Medir la calidad de la atención brindada a los clientes de una empresa es muy importante si se busca fidelizar a una gran cantidad de personas. En esta línea nació el modelo SERVQUAL (Service Quality Model), una herramienta creada en la década de 1980 por los investigadores estadounidenses Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Según (Gómez, Blog de HubSpot, 2022) señala que el modelo SERVQUAL se basa en contrastar las expectativas que tienen los clientes antes de probarlo con las opiniones que comparten una vez que lo obtienen. La idea es que, cuando se analiza la información que se recaba con este modelo, se comprenda si hay mucha diferencia entre lo que las personas perciben de dicho servicio y lo que en realidad reciben cuando se acercan a él. Ayuda, entonces, a que la marca o empresa tenga una mejor idea de si lo que promete a su audiencia coincide con lo que al final entrega, y si es necesario hacer modificaciones.

Este modelo cuenta con cinco dimensiones:

- **Elementos tangibles o tangibilidad:** Se refiere a lo que las personas perciben del servicio que están por recibir, como el mobiliario, dispositivos o lo que se les ofrece durante sus visitas.
- **Confiabilidad:** Es la habilidad de la empresa o negocio de prestar el servicio con buen desempeño y exactitud.
- **Capacidad de respuesta:** Es la disposición que existe para atender a las personas y la velocidad para lograrlo.
- **Seguridad:** Se compone de las características que le dan confianza a la gente que se acerca a una empresa o negocio. Influye en el nivel de competencia que tienen sobre el servicio o producto que ofrecen, la amabilidad, la disponibilidad de tiempo y la credibilidad que transmiten a los más escépticos.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención personalizada que se les puede dar a los clientes. (Gómez, Blog de HubSpot, 2022)

Este método es importante ya que permite analizar los aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes, ya que brinda la oportunidad de comprender los factores que escapan al control y la imprevisibilidad de los clientes.

El Servqual proporciona información detallada sobre opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes.

También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.

Servqual: las 4 brechas en la calidad de servicio

Las brechas del modelo Servqual con los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, indican diferencias entre aspectos importantes del servicio, como las necesidades del cliente, la experiencia del servicio en sí y las percepciones de los empleados de la empresa sobre los requisitos del cliente. (Masaquiza, 2023)

A continuación, se presentan las 5 brechas que proponen los autores de Servqual:

- Brecha 1: diferencia entre las expectativas del consumidor y las percepciones de la administración sobre las expectativas del consumidor.
- Brecha 2: diferencia entre las percepciones de la administración de las expectativas del consumidor y las especificaciones de calidad del servicio.
- Brecha 3: diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio realmente entregado.
- Brecha 4: diferencia entre la entrega del servicio y lo que se comunica sobre el servicio a los consumidores.
- Brecha 5: hay una quinta brecha, que consiste en la diferencia entre la expectativa del servicio y la calidad percibida del servicio. (Martín, 2018)

Las brechas de la 1 a la 4 se identifican como funciones de la forma en que se presta el servicio, mientras que la 5 pertenece al cliente y, como tal, se considera la verdadera medida de la calidad del servicio en una empresa. (Martín, 2018)

Atención al cliente

La atención al cliente es el soporte de ayuda y resolución de problemas que un comercio ofrece a sus clientes. Tanto en preventa como en postventa. El objetivo es ofrecer un buen servicio basado en una comunicación clara, que sea eficiente, cercana y empática. (Botin, 2023)

La atención al cliente es esencial para mantener a los clientes contentos con su negocio, de hecho, varios estudios han concluido que una buena experiencia de servicio al cliente es tan importante para los consumidores como disfrutar de un producto de calidad. Por ello es indudable la importancia de la atención al cliente en un momento como el actual en el que son muchas las alternativas que se presentan a los consumidores a la hora de elegir un producto o servicio. La importancia de la atención al cliente reside en considerar que el cliente es lo más relevante y lo que se persigue es mantener su satisfacción constante. (Amaro, 2020)

Cuando los clientes buscan atención, lo hacen porque confían en su empresa y confían en que usted será rápido para ayudar en cualquier situación. Por lo tanto, una buena atención al cliente significa estar listo para responderles de la mejor manera posible, cada vez más clientes esperan que sus problemas se resuelvan con agilidad y sensibilidad.

Servicio al cliente

Podemos definir el servicio al cliente como un concepto que engloba todas aquellas estrategias, actividades y procesos orientados a satisfacer las necesidades de los usuarios de un producto o servicio. Además, está directamente relacionado con suplir las necesidades de los consumidores y ayudarlos a resolver problemas y dilemas. (Corrales J. A., 2019)

El objetivo del servicio al cliente es brindar de manera eficiente y amigable las soluciones necesarias a los consumidores, es un servicio business to business que actúa como diferenciador para mantener la satisfacción del cliente.

El servicio al cliente es importante porque puede hacer la diferencia en tu negocio. Puede ser la razón por la cual un cliente se incline hacia ti, o hacia tus competidores. Pero a pesar de esta obviedad, no te hará mal echar un vistazo a los datos que muestran por qué debes prestarle atención a esta parte de tu negocio. (Scarilli, 2020)

¿Por qué es importante el servicio al cliente?

El servicio es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes. Además, un enfoque bastante estratégico en términos comerciales, considerando que 7 de cada 10 consumidores estadounidenses están dispuestos a gastar más dinero para hacer negocios con una empresa que ofrece un excelente servicio. (Silva, 2020)

Servicio al cliente y atención al cliente, ¿son lo mismo?

Sí, en general, estos dos conceptos suelen usarse como sinónimos. Incluso, muchas veces se unen cuando se hace referencia a los servicios de atención al cliente. Su propósito central es crear una experiencia inolvidable para el comprador, en todas las etapas y los momentos donde está en contacto con la marca (Rojas, 2023).

¿Cómo ofrecer una buena atención al cliente?

A la hora de ofrecer un óptimo servicio al cliente, hay prácticas generales que se pueden aplicar tanto en tiendas virtuales como físicas, pues trascienden el concepto de “vender” y se trata simplemente de atender bien a una persona en cualquier interacción y contexto. (Rojas, 2023).

Entonces, ¿cómo atender a un cliente? Aquí te compartimos 9 consejos para brindar un soporte excepcional:

- Personaliza la interacción
- Enfócate en sus necesidades
- Muestra iniciativa y ofrece activamente ayuda
- Transmít una imagen y un comportamiento profesional
- Sé rápido y resolutivo
- Genera una relación con tu comprador
- Acepta tus errores y pedí disculpas
- Recibí las sugerencias de tus consumidores
- Supera las expectativas de tus compradores. (Rojas, 2023).

Plan de mejoramiento institucional

“El Plan de mejoramiento, es el instrumento que recoge y articula todas las acciones prioritarias que se emprenderán para mejorar aquellas características que tendrán mayor impacto con los resultados, con el logro de los objetivos de la entidad y con

el plan de acción institucional, mediante el proceso de evaluación. El objetivo primordial del Plan de Mejoramiento es promover que los procesos internos de las entidades se desarrollen en forma eficiente y transparente a través de la adopción y cumplimiento de las acciones correctivas o de la implementación de metodologías orientadas al mejoramiento continuo.” (corpoboyaca, 2023)

Es importante resaltar que todo plan de mejoramiento es una metodología de trabajo en equipo para alcanzar los objetivos y metas propuestas, y que, para ello, hay que definir el plan de acción, identificando el o los problemas a mejorar, las acciones a realizar, los responsables, el tiempo o plazo, el plan de acompañamiento o indicadores y la evaluación constante y objetiva. (Huertas, 2019)

En general, existen 7 pasos para definir un plan de mejoramiento lo cual permitirá identificar los procesos que necesitan una intervención urgente y encontrar la mejor manera de abordarlos. (Bantu Group, 2020)

- **Define tus objetivos**

Primero, debes definir los objetivos que deseas alcanzar y dirigir el plan de mejoramiento hacia ellos.

- **Mide y analiza tus resultados**

Conocer cómo son los resultados de los procesos actuales solo es posible con la documentación precisa que establezca de qué forma se realiza cada actividad y operación en todos los procesos de la organización.

- **Comparativa de resultados entre procesos**

A partir de la información y el conocimiento de los datos históricos de todos los procesos de la organización, es importante realizar comparaciones entre resultados, para ir encontrando qué situaciones y momentos han sido más beneficiosos en la empresa.

- **Simplificar procesos**

Además de resolver los problemas que se presenten en los procesos de la empresa, el mejoramiento también busca simplificarlos, tanto para evitar las pérdidas de tiempo y costos como para aumentar su productividad.

- **Involucrar al equipo de trabajo**

En la optimización eficaz de los procesos es necesario vincular a tus colaboradores, con el fin de que conozcan y se capaciten en las nuevas

metodologías. Es muy importante contar con el respaldo de tu equipo, pues serán ellos quienes garanticen el éxito de tu plan de mejora continua.

- **Evaluación periódica del plan de mejoramiento**

Una vez definido el plan de mejora continua, tendrás que realizar evaluaciones de los resultados para planificar en qué momentos se deberá realizar el proceso de optimización nuevamente y no perder la excelencia de la empresa.

- **Análisis y feedback de los resultados**

A partir de la evaluación y análisis de los resultados de cada proceso modificado, será posible identificar el éxito de las estrategias que se implementaron para la optimización. Este es el parámetro para ajustar las mejoras que puedan no estar alcanzando los objetivos establecidos. (Bantu Group, 2020)

2.3 Conceptual

Atención al cliente. - Es el conjunto de acciones enfocadas en mejorar la experiencia de un cliente, con la cual se establece un proceso para resolver cualquier desafío, duda o problema del cliente de manera inmediata y efectiva. (Moreno, 2023)

Calidad. - Describe la capacidad de un objeto para satisfacer requisitos de calidad, ya sean de naturaleza directa o indirecta según los parámetros.

Calidad de servicio. - Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el consumidor y la marca. La clave para ese soporte está en la construcción de buenas relaciones y un ambiente positivo, servicial y amigable, que garantice a los clientes salir con una buena impresión. (Cardozo, 2021)

Cliente. – Son las personas o compañías que adquiere bienes, productos o servicios de una determinada empresa.

Cliente interno. - Son aquellos que están vinculados directamente a la organización; aquellos que pertenecen a la empresa y cumplen un rol para la operación del negocio. (Rodríguez, 2022)

Cliente externo. - Es la razón de ser de toda empresa. Es quien consume los productos y servicios que ésta produce, y recibe un servicio al cliente de parte del personal de la empresa, es decir, de los clientes internos. (Mancuzo, 2020)

Comunicación con el cliente. – Es la interacción que ocurre entre la empresa y los clientes, mediante un canal de comunicación.

Deseos. - Es el interés que tiene una persona por conseguir algo en concreto. Es la consecuencia de una emoción cuyo objetivo es generar acción en un individuo para alcanzar su meta. (Peiró, 2021)

Empresa. - Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. (Enciclopedia Humanidades, 2023)

Empresa Municipal. - Se trata de empresas o servicios gestionados por organismos públicos regionales que ofrecen bienes o servicios a las comunidades regionales o generan ingresos para ellas.

Encuesta de Satisfacción. - Es un conjunto de preguntas que nos permitirá conocer el nivel de satisfacción del cliente y la opinión que tiene sobre nuestra marca. A través de ella podemos también descubrir más sobre su impresión y opinión con respecto a algún producto o servicio específico. (Muenta, 2018)

Eficiencia. - Es la capacidad de lograr resultados optimizando el uso de los recursos. Esto también puede aplicarse a completar el trabajo en menos tiempo.

Eficacia. - Se refiere a la capacidad de alcanzar metas; lo más importante de este concepto es que se hacen cuando y como se indican.

Expectativa. - Es una posibilidad razonable que el evento ocurra. Éste es un hecho probable sólidamente respaldado, no una simple ilusión.

Fidelización. - Asegurar la lealtad de los clientes o empleados de una empresa es el acto y el resultado de la lealtad.

Mejoramiento. - Cambio o progreso de una cosa que está en condición precaria hacia un estado mejor, mejorar las condiciones, las propiedades o las características de algún objeto, mejoramiento económico, mejoramiento de un cultivo, mejoramiento de la alimentación. (Tabris, 2019)

Metodología. - es la disciplina que estudia el conjunto de técnicas o métodos que se usan en las investigaciones científicas para alcanzar los objetivos planteados. Es una pieza fundamental para el estudio de las ciencias. (Editorial Etecé, 2021)

Medición de calidad del servicio. - Es una herramienta de primer orden cuando de lo que se trata es de buscar la satisfacción de los consumidores, sabiendo que lo que no se mide no es susceptible de mejora. (Mendoza, 2020)

Modelo Servqual. - Es un método de medición de la calidad de un servicio que se basa en contrastar las expectativas que tienen los clientes antes de probarlo con las opiniones que comparten una vez que lo obtienen. (Gómez, 2022)

Necesidad. - Cómo prescindir de algo que se considera esencial.

Plan. - Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (Pérez & Merino, 2021)

Servicio. - Es la acción que es ejecutada para satisfacer una necesidad. Es un acto que, como su nombre lo indica, sirve a un propósito específico. (Rabotnikof, 2023)

Satisfacción. - Puede entenderse como el cumplimiento de un deseo o la resolución de una necesidad, de manera tal que se produce sosiego y tranquilidad. Las personas se sienten satisfechas, pues, cuando logran cumplir un deseo o alcanzar una meta trazada de antemano, por lo que se alcanza un estado de bienestar. (Equipo editorial, Etecé, 2022)

Satisfacción del cliente. - Es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan. (Hammond, 2022)

Servicio al cliente. - Son todas las acciones y esfuerzos orientados a generar una excelente experiencia para los consumidores de manera dinámica y proactiva. No concierne solo a un área de la compañía, sino que cada proceso debe estar enfocado en la satisfacción de las necesidades del cliente. (Gómez, 2022)

Servicio de atención al cliente. - Se define como la asistencia y el asesoramiento que una empresa ofrece a las personas que compran o utilizan sus productos o servicios También son los procesos que apoyan a los equipos que trabajan para ofrecer una buena atención al cliente. (Ramroop, 2022)

Usuarios. - Una persona que usa regularmente un producto o servicio.

2.4 Legal

Constitución De La República Del Ecuador

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

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

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

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

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

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Capítulo quinto

Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas

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.

Art. 315.- El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

Art. 316.- El Estado podrá delegar la participación en los sectores estratégicos y servicios públicos a empresas mixtas en las cuales tenga mayoría accionaria. La delegación se sujetará al interés nacional y respetará los plazos y límites fijados en la ley para cada sector estratégico.

Art. 318.- El agua es patrimonio nacional estratégico de uso público, dominio inalienable e imprescriptible del Estado, y constituye un elemento vital para la naturaleza y para la existencia de los seres humanos. Se prohíbe toda forma de privatización del agua.

La gestión del agua será exclusivamente pública o comunitaria. El servicio público de saneamiento, el abastecimiento de agua potable y el riego serán prestados únicamente por personas jurídicas estatales o comunitarias.

El Estado fortalecerá la gestión y funcionamiento de las iniciativas comunitarias en torno a la gestión del agua y la prestación de los servicios públicos, mediante el incentivo de alianzas entre lo público y comunitario para la prestación de servicios. El Estado, a través de la autoridad única del agua, será el responsable directo de la planificación y gestión de los recursos hídricos que se destinarán a consumo

humano, riego que garantice la soberanía alimentaria, caudal ecológico y actividades productivas, en este orden de prelación.

Se requerirá autorización del Estado para el aprovechamiento del agua con fines productivos por parte de los sectores público, privado y de la economía popular y solidaria, de acuerdo con la ley.

ORDENANZA DE CREACIÓN

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUARANDA

TÍTULO I

CONSTITUCIÓN, DOMICILIO, DENOMINACIÓN, OBJETIVO Y MARCO REGULATORIO

Art. 1.- CONSTITUCIÓN. - Se constituye la E-P. Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda, con domicilio en el Cantón Guaranda Provincia Bolívar, como persona jurídica de derecho público municipal con patrimonio propio y autonomía legal, administrativa, económica, financiera y técnica Siendo su plazo de duración de carácter indefinido.

La presente ordenanza sustitutiva regulará la constitución, organización básica y funcionamiento de los órganos de dirección y de gestión de la empresa, establecerá los alcances de la autonomía legal, competencias, funciones y responsabilidades de la EP-EMAPA-G requeridas para cumplir con los objetivos

Art. 2.- DENOMINACIÓN. - La razón social de la empresa es E-P Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda, utilizando la sigla E-P EMAPA-G en todas las actividades y actos jurídicos.

Art. 3.- OBJETIVOS. - El objetivo de la E-P. EMAPA-G es la prestación de los servicios públicos de agua potable, alcantarillado y saneamiento ambiental para el cantón Guaranda, constituido por la Ciudad de Guaranda y las parroquias rurales que lo conforman, basados en los principios de universalidad de los servicios, calidad, eficiencia y eficacia en su gestión

La prestación de los servicios públicos de agua potable, alcantarillado y saneamiento ambiental incluye los siguientes objetivos específicos:

1. Servicio de agua potable, que comprende:

- Sistema de producción Captación, reserva y conducción de agua cruda, tratamiento y conducción de agua tratada
- Sistema de distribución Almacenamiento, redes de distribución y proceso de tratamiento de agua, mismos que se regulará mediante reglamento interno expedido por la E-P EMAPA-G y aprobado por el Concejo Municipal.
- Dispositivos de entrega al usuario, conexiones domiciliarias, considerando medición, pileta pública, unidad sanitaria y otros.

2. Servicio de alcantarillado sanitario y pluvial que comprende:

- Sistema de recolección, conexiones domiciliarias, sumideros, redes y emisores,
- Sistema de tratamiento y disposición de las aguas servidas, y,
- Sistema de recolección y disposición de aguas lluvias.

3. Acciones de protección del medio ambiente vinculadas a los proyectos que ejecuta la empresa para el cumplimiento de sus objetivos, Además, la protección de inundaciones y la prevención de riesgos naturales incluyendo capacitación, participación y educación en general de la población beneficiada.

Realizará otras actividades complementarias, afines o conexas vinculadas a sus objetivos, basada en lo determinado en el Art 13 de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, integrará mancomunidades con otros entes prestadores de servicios en el país para operar y gerenciar sistemas de otras localidades las actividades se relacionarán con el cumplimiento de los principios generales de responsabilidad social empresarial cuyos fundamentos se basan en el cumplimiento de los objetivos del milenio, incluyendo la que por delegación sean entregadas por el Concejo Municipal y/o decisión de su Directorio.

TÍTULO II

DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA E-P. EMAPA-G

Art. 4.- ESTRUCTURA ORGÁNICA. Para el cumplimiento de las funciones La E-P. Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda y de conformidad con el orgánico funcional tendrá los siguientes niveles jerárquicos administrativos:

- Nivel Directivo, constituida por el Directorio
- Nivel Ejecutivo, constituida por el Gerente General
- Nivel Asesor, constituido por Asesoría Jurídica y Auditoría Interna; y,
- Nivel Operativo, constituida por las Direcciones Administrativa, Financiera, Técnica y Comercial.

El Manual Orgánico Funcional y su reglamento de la E-P EMAPA-G, establecerá las demás unidades técnico-Administrativo, el detalle y complementará los aspectos de reglamentación del funcionamiento de los organismos de la empresa, en especial los que corresponden a los organismos de línea, asesoría y apoyo, bajo el marco de una organización basada en procesos y competencias

Art. 5.- CONFORMACIÓN DEL DIRECTORIO. - El Directorio es la máxima autoridad de la E-P EMAPA-G y está conformado por 5 miembros, denominados miembros del Directorio que garantizarán su autonomía técnica, transparencia y participación social en la gestión de la empresa

El Directorio se conformará de conformidad con el literal b) del Art. 7 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas:

- Para la Alcaldesa o Alcalde o su delegado que sea Concejal Municipal, lo presidirá;
- Un concejal o una concejala con su respectivo suplente, delegado por el Concejo del Gobierno Municipal, por un periodo de dos años;
- La directora o director de Planificación del Municipio de Guaranda.
- Una ciudadana o ciudadano designado por el Colegio de Ingenieros Civiles de Bolívar, con su respectivo suplente, quien durará dos años en sus funciones.
- Una ciudadana o ciudadano usuaria de la E-P. EMAPA-G, elegido mediante un proceso electoral, de conformidad con el Reglamento respectivo, quien durará dos años.

Cada miembro del Directorio tendrá su respectivo suplente. En el caso del miembro señalado en el literal b) la o el suplente será designado por el Concejo Cantonal, y, en el caso del literal c) la o el suplente será el director de Obras Públicas del Gobierno Municipal de Guaranda.

Los miembros del Directorio a los que se refiere los literales a) y c) durarán en sus funciones mientras mantengan la calidad de tales. Los miembros del directorio que se refiere a los literales b), d) y e) se renovarán cada dos años, en el caso de los o las concejales, cuando hubieran perdido la calidad de tal.

La Gerente o Gerente General actuarán como secretario o secretaria del directorio. con voz informativa y sin voto.

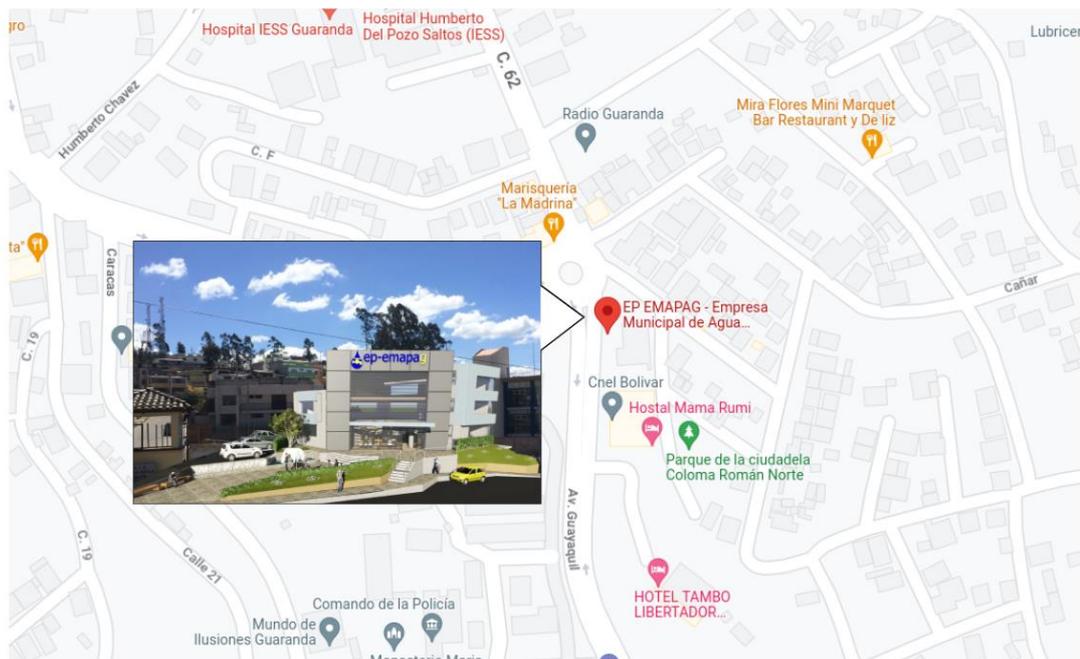
Para ser miembro del Directorio deberá ser usuario de la E-P EMAPA-G.

2.5 Georeferencial

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda, cuyas siglas EMAPA-G ejercerá su acción en el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar tiene como objetivo la prestación de los servicios de alcantarillado y agua potable. Está ubicada en la Av. Guayaquil y Abraham Erazo.

Figura 1

Ubicación de la empresa



Nota: [https://www.google.com/maps/place/EP+EMAPAG++Empresa+Municipal+de+Agua+Potable+y+Alcantarillado+de+Guaranda/@1.5880285,79.0048817,15z/data=!4m10!1m2!1sEmpresa+Emapag+de+guaranda!3m6!1s0x91d3163e34bb01:0x6c0ea76a39607ec0!8m2!3d-](https://www.google.com/maps/place/EP+EMAPAG++Empresa+Municipal+de+Agua+Potable+y+Alcantarillado+de+Guaranda/@1.5880285,79.0048817,15z/data=!4m10!1m2!1sEmpresa+Emapag+de+guaranda!3m6!1s0x91d3163e34bb01:0x6c0ea76a39607ec0!8m2!3d-1.5835573!4d-)

[78.9983985!15sChpFbXByZXNhIEVtYXBhZyBkZSBndWFyYW5kYZIBFXdhhdGVyX3V0aWxpdlHlfY29tcGFueeABAA!16s%2Fg%2F11j2lshj_8?entry=ttu](https://www.google.com/maps/place/EP+EMAPAG++Empresa+Municipal+de+Agua+Potable+y+Alcantarillado+de+Guaranda/@1.5880285,79.0048817,15z/data=!4m10!1m2!1sEmpresa+Emapag+de+guaranda!3m6!1s0x91d3163e34bb01:0x6c0ea76a39607ec0!8m2!3d-1.5835573!4d-78.9983985!15sChpFbXByZXNhIEVtYXBhZyBkZSBndWFyYW5kYZIBFXdhhdGVyX3V0aWxpdlHlfY29tcGFueeABAA!16s%2Fg%2F11j2lshj_8?entry=ttu)

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es un interés en un tema previamente no aprendido o brinda la oportunidad de aprender nuevos aspectos del conocimiento existente entonces, si no sabemos a qué nos enfrentamos, es mejor investigar antes de hacer otros análisis más costosos. (Rus Arias, 2020)

Esta investigación nos proporcionará mayor información ya que se definirá de forma clara y precisa el problema, donde identificamos las variables más importantes que impacten de manera directa o indirecta al desarrollo de la investigación, y por ende nos ayudará a obtener una mayor comprensión sobre los factores claves de la satisfacción y la calidad del servicio.

3.1.2 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros. (Significados, 2023)

En nuestro estudio aplicaremos esta investigación porque contribuirá con el análisis, búsqueda y obtención de datos en fuentes documentales, impresas o electrónicas sobre la metodología Servqual y poder aportar nuevos conocimientos para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

3.1.3 Investigación de campo

Son el proceso de recopilar datos mientras se presentan en su contexto original y luego se analizan para varios propósitos, como validar resultados relevantes para una ciencia en particular. (Indeed, 2022)

Con la investigación de campo obtendremos datos cualitativos que nos ayudarán a observar e interactuar con los usuarios del EMAPAG con el objetivo de conocer cómo es para ellos la atención al cliente.

3.2 Enfoque de la investigación

3.2.1 Cuantitativo

Los métodos cuantitativos se centran en mediciones objetivas y análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recopilados mediante encuestas, cuestionarios o mediante el uso de técnicas informáticas para manipular los datos estadísticos existentes. (Arteaga, 2020)

Este enfoque nos permitirá analizar de forma exacta la información recabada mediante una aplicación numérica y estadística para la evaluación y tabulación de las encuestas y así llegar a las conclusiones respectivas del estudio.

3.2.2 Cualitativo

Los métodos cualitativos significan procedimientos metódicos que utilizan palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes. (Sánchez Flores, 2019)

El enfoque cualitativo se utilizará para la realización de la entrevista en la empresa EMAPAG para construir la información los cuales permitirán analizar cómo es el servicio que se brinda a los clientes.

3.3 Métodos de Investigación

3.3.1 Inductivo

El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos. A partir de estos patrones o tendencias, se llega a una conclusión general o una teoría que se considera válida para todos los casos similares. (Narvaez, 2021)

Este hace énfasis en la observación ya que permite analizar los eventos o patrones de tendencia de la problemática que tienen los usuarios en atención al cliente del EMAPAG, por lo tanto, se aplica este enfoque para tomar los resultados de las encuestas y entrevistas que fueron aplicadas para generar conclusiones del estudio.

3.3.2 Deductivo

El método deductivo es un proceso para la obtención de conocimiento que consiste en desarrollar aplicaciones o consecuencias concretas a partir de principios generales. Este método de investigación parte de la elaboración de una o varias hipótesis a partir de teorías o principios existentes, tras lo cual trata de poner a prueba dichas hipótesis. (Narvaez, 2021)

El método deductivo está basado en hechos lógicos basados en principios legales los cuales permiten llegar a conclusiones con fundamentos confiables para la medición de la calidad de servicio que brinda el EMAPAG.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

3.4.1 Encuesta

Esto implica obtener datos directamente de los sujetos de investigación para obtener su opinión o consejo. Para lograr los resultados deseados con esta técnica, es importante definir claramente los objetivos de su investigación. (Santos, 2022)

La encuesta será realizada a los usuarios del EMAPAG de la Ciudad de Guaranda con el objetivo de analizar a través de un cuestionario como es la atención al cliente que brinda la Institución.

3.4.2 Entrevista

El método consiste en recopilar información haciendo preguntas. A través de la comunicación interpersonal, el emisor obtiene una respuesta verbal del receptor sobre un tema o pregunta específica. (Santos, 2022)

Esta técnica nos permitirá obtener información de una forma directa y precisa del personal interno de la empresa EMAPAG aquí lograremos una comunicación y construcción conjunta de los aspectos respectivos con la atención al cliente.

3.4.3 Observación

Es una manera discreta y fácil de verificar datos sin depender de un intermediario. El método se describe cómo no invasivo y requiere una evaluación continua del comportamiento del sujeto sin intervención. (Santos, 2022)

La observación posibilitará conocer las características del personal de la empresa EMAPAG a la hora de brindar el servicio de atención al cliente, con el objetivo de poder tomar dicha información y registrarla para un posterior análisis.

3.5 Universo, Población y Muestra

UNIVERSO

El Cantón de Guaranda cuenta con 25000 habitantes de la zona urbana.

POBLACIÓN y MUESTRA

Población: 25000

M: Universo

N: tamaño de la muestra

E: margen de error (0,05)

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (n - 1) + Z^2 P Q}$$
$$m = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 25000}{(0,05)^2 * (25000 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$M = \frac{24010}{63,45}$$
$$M = 378$$

3.6 Procesamiento de la Información

Para el procesamiento de datos se utilizará el paquete informático office programa Microsoft Excel, el mismo que permitirá analizar la información de manera cuantitativa y cualitativa para la adecuada toma de decisiones en el trabajo de investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación

1= Muy en desacuerdo (mínima satisfacción)

2= Algo en desacuerdo

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4= Algo de acuerdo

5= Muy acuerdo (máxima satisfacción)

1. En su opinión, ¿Los empleados cuentan con la última tecnología moderna para hacer su trabajo?

Tabla N° 1

Disponibilidad de Tecnología Moderna

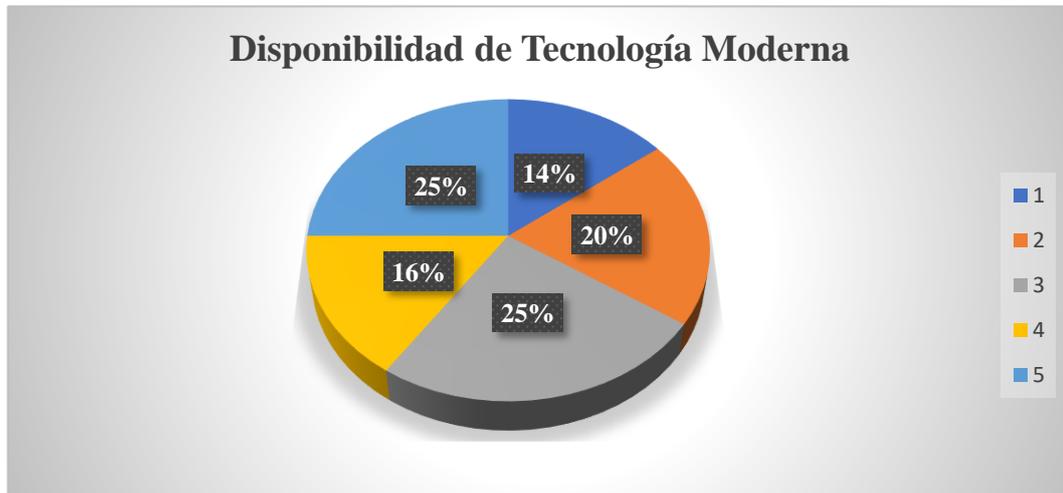
VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	55	14
2	76	20
3	95	25
4	59	16
5	95	25
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 2

Disponibilidad de Tecnología Moderna



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los resultados en esta pregunta muestra que la empresa ha recibido comentarios positivos en relación con su uso de la última tecnología. En particular, se destaca que la empresa utiliza computadoras, impresoras y otros equipos modernos para ejecutar sus servicios al cliente.

Este enfoque tecnológico ha sido percibido favorablemente por los clientes, dado que les proporciona un servicio eficiente y de calidad.

2. ¿Considera que el material informativo que brinda la empresa es adecuado?

Tabla N° 2

Material adecuado de información

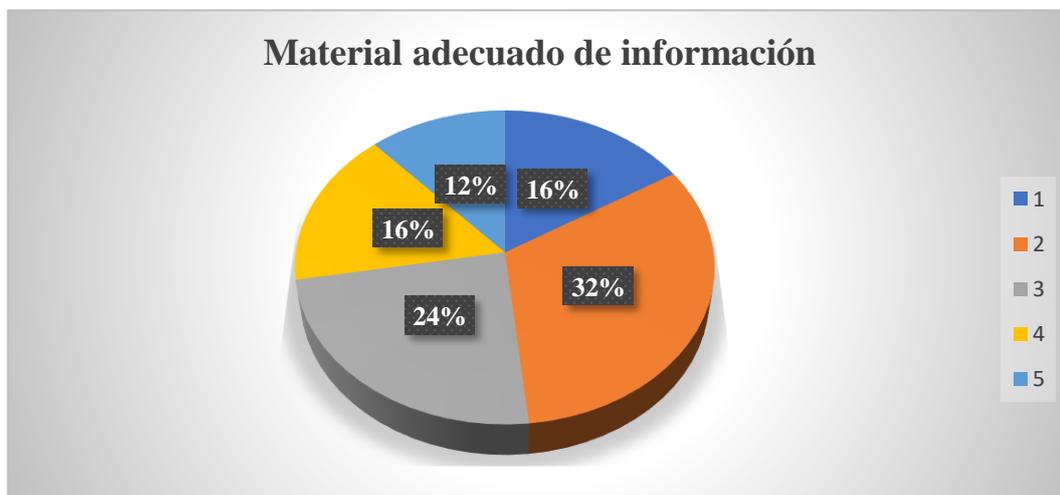
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	61	16
2	122	32
3	90	24
4	61	16
5	44	12
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 3

Material adecuado de información



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: La información proporcionada demuestra que la mayoría de los encuestados expresaron cierto grado de desacuerdo en cuanto a la adecuación de los materiales proporcionados. Esta insatisfacción se atribuye a la falta de información detallada sobre la empresa que se presentaba en los materiales. Esta falta de información puede tener implicaciones importantes para la percepción de la empresa y su capacidad para comunicar efectivamente su mensaje.

3. ¿Considera que las instalaciones son adecuadas para brindar un excelente servicio?

Tabla N° 3

Instalaciones adecuadas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	4	1
2	32	8
3	76	20
4	86	23
5	181	48
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 4

Instalaciones adecuadas



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: La investigación revela que los clientes tienen una alta valoración de las instalaciones en las que se les presta servicio; la amplitud y completitud de las áreas de trabajo, así como la ausencia de problemas de limpieza y orden, son aspectos que los clientes consideran como positivos y que contribuyen a su satisfacción general.

4. ¿El servicio cumplió con sus expectativas?

Tabla N° 4

Satisfacción del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	32	8
2	84	22
3	151	40
4	59	16
5	53	14
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 5

Satisfacción del servicio



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los datos en la gráfica indican que la empresa tiene problemas significativos en cuanto a la atención al cliente, como por ejemplo no recibieron con una atención adecuada y la califican como ni de acuerdo ni en desacuerdo.

La falta de respuestas rápidas, soluciones efectivas y la resolución adecuada de las dudas de los clientes pueden generar una mala imagen de la empresa y resultar en quejas y reclamos.

5. ¿Respondió el personal a su solicitud dentro del tiempo prometido?

Tabla N° 5

Respuesta inmediata

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	101	27
2	155	41
3	90	24
4	29	8
5	2	1
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 6

Respuesta inmediata



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Con los resultados obtenidos se puede observar que el tiempo que los empleados destinan para cumplir con el requerimiento sobrepasa el límite esperado, lo cual genera algo de desacuerdo por parte de los clientes.

Los procesos internos de la empresa tienen muchos trámites, lo que contribuye a los retrasos y es fundamental identificar las causas de estos problemas y tomar medidas para mejorar los tiempos de respuesta y la satisfacción de los clientes.

6. ¿Muestran los empleados un interés genuino en resolver sus problemas?

Tabla N° 6

Interés en resolver los problemas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	50	13
2	118	31
3	176	47
4	27	7
5	6	2
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 7

Interés en resolver los problemas



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los resultados en esta pregunta nos permite evidenciar la falta de interés por parte de los empleados en solucionar los problemas de los servicios que brinda la empresa, este puede ser un factor negativo que contribuye a la demora en su resolución, generando quejas y críticas.

Es importante que las organizaciones promuevan una cultura de compromiso, brinden capacitación adecuada y creen un entorno de trabajo colaborativo para abordar este problema y mejorar la calidad de sus servicios.

7. ¿El empleado realiza el servicio con éxito la primera vez?

Tabla N° 7

Empleado eficiente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	21	6
2	40	11
3	74	19
4	107	28
5	137	36
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 8

Empleado eficiente



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los resultados indican que cuando los empleados realizan su labor con eficiencia desde la primera vez, los clientes quedan satisfechos, se mejora la reputación de la empresa, se aumenta la productividad y se logran ahorros en los recursos. Por lo tanto, es crucial fomentar la eficiencia y brindar el apoyo necesario a los empleados para garantizar que puedan desempeñar su trabajo de manera efectiva y eficiente.

8. ¿Está satisfecho con el tiempo de espera para la atención?

Tabla N° 8

Satisfacción en el tiempo de respuesta

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	86	23
2	80	21
3	82	22
4	99	26
5	32	8
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 9

Satisfacción en el tiempo de respuesta



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los datos obtenidos revelan una falta de consistencia en los tiempos de espera y un desinterés total por parte de los empleados en atender con prontitud a los clientes.

Esto genera malestar y desconformidad en los clientes, lo cual puede tener consecuencias negativas para la empresa.

9. ¿El empleado está listo para ayudarlo rápidamente?

Tabla N° 9

Eficiencia en el empleado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	32	8
2	36	10
3	176	47
4	88	23
5	46	12
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 10

Eficiencia en el empleado



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados indica que los empleados de la empresa no tienen una disponibilidad tan inmediata para atender las solicitudes de los clientes, lo que resulta en largos tiempos de espera en las instalaciones.

Esta falta de prontitud en el servicio genera una sensación de insatisfacción entre los clientes, esperan mucho tiempo para recibir atención.

10. ¿Si tenía alguna duda le atendieron en el momento adecuado?

Tabla N° 10

Eficientes en el momento indicado

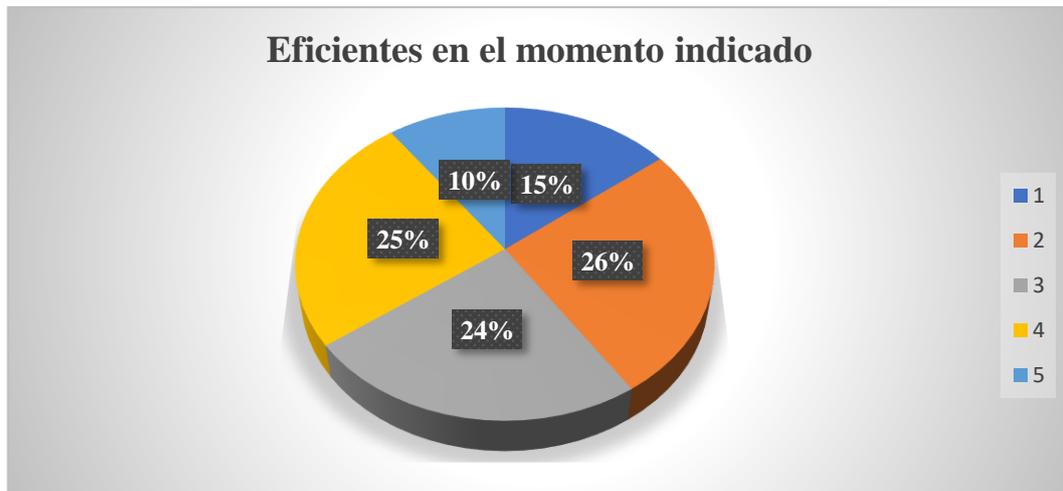
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	55	14
2	99	26
3	92	24
4	95	25
5	38	10
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 11

Eficientes en el momento indicado



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: A partir de los resultados obtenidos, se puede identificar que existe una problemática en cuanto a la atención de los clientes, debido a que se evidencia una falta de consistencia en los tiempos de atención adecuados.

Esto ha propiciado un descontento generalizado entre los clientes que buscan resolver dudas o adquirir servicios.

11. ¿Promueve el empleado confianza y seguridad al recibir los servicios?

Tabla N° 11

Seguridad el brindar el servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	25	7
2	50	13
3	55	15
4	137	36
5	111	29
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 12

Seguridad el brindar el servicio



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los resultados indican que los clientes perciben confianza en los empleados de la empresa, logrando experiencias positivas lo que genera perciben que la empresa tiene una reputación sólida en términos de servicio al cliente.

Esta confianza se basa en la seguridad de que los empleados están capacitados y dispuestos a brindar un buen servicio.

12. ¿Los empleados tienen un trato igualitario para todos sus clientes?

Tabla N° 12

Comportamiento con los clientes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	8	2
2	55	15
3	65	17
4	118	31
5	132	35
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 13

Comportamiento con los clientes



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los datos obtenidos reflejan la afirmación de que los clientes perciben una igualdad en la atención por parte de los empleados, debido a que cumplen con los principios de equidad y derechos humanos, sintiéndose conformes con el trato recibido y a su vez logrando obtener una experiencia equitativa para todos los clientes.

13. ¿Recibió atención personalizada?

Tabla N° 13

Eficiencia en la atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	38	10
2	52	14
3	63	17
4	74	20
5	151	40
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 14

Eficiencia en la atención



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: La gráfica revela que se implementó una estrategia de atención personalizada para todos los clientes, implementando un trato individualizado y adaptado a las necesidades, preferencias y características específicas de cada cliente, aunque existen variaciones en la calidad de dicha atención, es primordial reconocer los esfuerzos realizados para adaptarse a las necesidades individuales de los clientes, al tiempo que se busca mejorar la consistencia y la calidad en la entrega de la atención personalizada en todos los casos.

14. ¿El personal es amable y le brinda un buen trato?

Tabla N° 14

Amabilidad brindado por el personal

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	4	1
2	88	23
3	162	43
4	69	18
5	55	15
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 15

Amabilidad brindado por el personal



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Basado en los resultados obtenidos, se puede concluir que hubo demoras en cuanto a la atención recibida; además se observa que el trato brindado por parte de los empleados a los clientes no siempre es satisfactorio, considerando que la amabilidad no se mantuvo constante en cada interacción personalizada.

15. ¿Los empleados se preocupan por las necesidades de sus clientes?

Tabla N° 15

Contribuyen a las necesidades de los clientes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	67	18
2	145	38
3	111	29
4	44	12
5	11	3
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 16

Contribuyen a las necesidades de los clientes



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede inferir que existe una preocupación insuficiente por parte de los empleados hacia los intereses de los clientes.

Las encuestas revelan que un porcentaje significativo de empleados no muestra un compromiso adecuado con la satisfacción del cliente; esto puede manifestarse debido a la falta de empatía hacia las necesidades del cliente y una actitud general de desinterés hacia su bienestar.

16. ¿La empresa proporciona horarios convenientes para la atención a todos los usuarios?

Tabla N° 16

Horarios accesibles para la atención

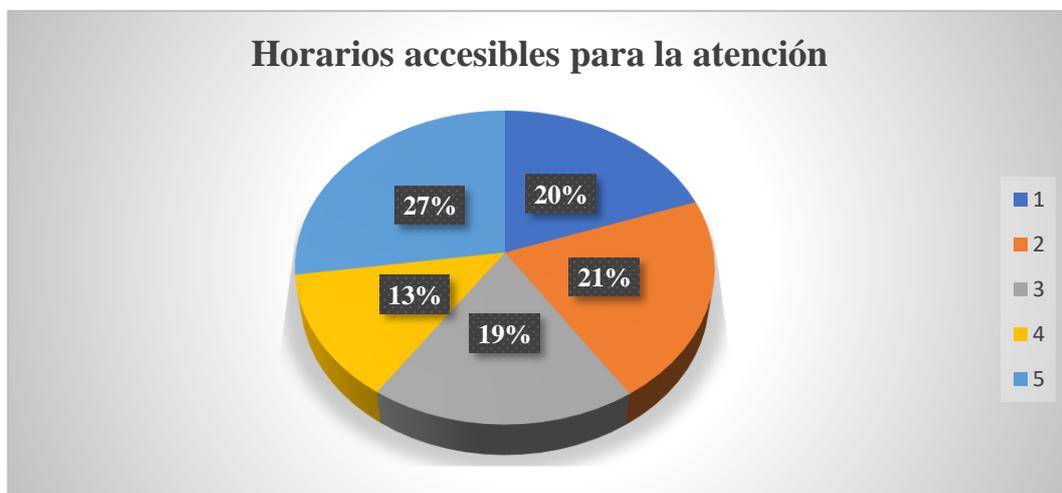
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	74	20
2	80	21
3	71	19
4	50	13
5	103	27
Total	378	100

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Figura 17

Horarios accesibles para la atención



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis e interpretación: Los datos indican que los horarios de atención al cliente y de cobros son una característica positiva de la empresa, debido a que se ajustan a las necesidades individuales de los clientes, mejoran la experiencia del cliente y fortalecen la relación entre la empresa y sus clientes.

Conclusiones y Recomendaciones del Análisis e Interpretación de Resultados

CONCLUSIONES

- El análisis de la situación actual de la empresa EMAPAG ha ofrecido una visión completa de su rendimiento en su conjunto; esto engloba aspectos financieros, operativos y de satisfacción de los clientes. La evaluación integral posibilita identificar tanto fortalezas como áreas que requieren mejoras, lo cual es fundamental para tomar decisiones bien fundamentadas y llevar a cabo estrategias efectivas.
- La evaluación del nivel de satisfacción de los clientes es esencial para entender la salud general de la empresa; la satisfacción de los clientes no solo influye en la lealtad y retención, sino que también tiene efectos en la reputación y el crecimiento a largo plazo; al comprender las necesidades y deseos de los clientes, la empresa EMAPAG puede ajustar sus servicios de manera más eficiente y mantener una ventaja competitiva.
- La propuesta de implementar la metodología Servqual para mejorar la calidad del servicio de la empresa EMAPAG es un paso positivo en dirección a la excelencia en la atención al cliente; Basándose en dimensiones tanto tangibles como intangibles de la calidad, Servqual proporciona una estructura sólida para identificar deficiencias en el servicio actual y orientar la implementación de mejoras concretas y medibles.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la empresa EMAPAG establezca un sistema de seguimiento constante para evaluar la satisfacción de los clientes; esto puede llevarse a cabo mediante encuestas regulares, retroalimentación en línea y sesiones de discusión en grupo, la información obtenida facilitará la detección de tendencias y cambios en las preferencias de los clientes, lo que respaldará la adaptación ágil de los servicios.
- Dado que los empleados desempeñan un papel clave en la experiencia del cliente, la empresa EMAPAG debería invertir en la formación y crecimiento de su personal; esto engloba el desarrollo de habilidades de comunicación efectiva, empatía y resolución de problemas, un equipo bien capacitado tendrá la capacidad de ofrecer un servicio más personalizado y de alta calidad, contribuyendo así a mejorar la satisfacción del cliente.
- La metodología Servqual debería aplicarse en etapas, donde la empresa EMAPAG puede identificar y priorizar las áreas que requieren mejoras utilizando las dimensiones de Servqual, posteriormente, puede implementar mejoras específicas de manera progresiva, centrándose en las áreas prioritarias; Este enfoque paso a paso permitirá una implementación más efectiva y una evaluación continua de los resultados.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN BASE A LA METODOLOGÍA SERVQUAL EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023.

5.2 Introducción

En un entorno empresarial en constante evolución y con clientes cada vez más exigentes, asegurar la calidad del servicio se convierte en un pilar esencial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. En este contexto, la Empresa Municipal De Agua Potable Y Alcantarillado De Guaranda (EMAPAG) reconoce la importancia de elevar los estándares de calidad en la atención y los servicios proporcionados a sus clientes. La siguiente propuesta de mejora de calidad del servicio surge como respuesta a la creciente necesidad de adaptarse a las cambiantes demandas de los clientes y garantizar una experiencia completa y satisfactoria para todos los clientes.

Como entidad responsable de brindar servicios esenciales para la comunidad, EMAPAG se compromete no solo con la eficiencia operativa y la gestión de recursos, sino también con la excelencia en la interacción con sus clientes. Reconocemos que la calidad del servicio abarca tanto la efectividad técnica en la provisión de agua potable y alcantarillado, como la empatía, la comunicación efectiva y la prontitud en la atención a las necesidades y preocupaciones de aquellos que confían en nuestros servicios.

Dentro de este marco, esta propuesta se enfoca en desarrollar un plan estratégico integral para mejorar la calidad del servicio en EMAPAG, abordando aspectos concretos e intangibles de la experiencia del cliente. A través de un análisis exhaustivo de la situación actual, la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de acciones concretas, buscamos cambiar la percepción de los usuarios sobre nuestros servicios y fortalecer la confianza que hemos construido a lo largo de los años.

Este plan de mejora se basa en la premisa de que la calidad del servicio es una responsabilidad compartida en toda la organización. Requiere la participación activa de todos los niveles, desde la alta dirección hasta el personal en operaciones, y necesita un enfoque multidisciplinario que involucre áreas como recursos humanos, tecnología, comunicación y gestión de procesos.

5.3 Justificación

En la actualidad, todas las empresas se esfuerzan por proporcionar una experiencia exclusiva a cada uno de sus clientes, la prestación de servicios es una característica intangible dado que el cliente solo puede percibir, pero no tocar, lo que lleva a que los clientes deseen un servicio diferenciado que los haga sentirse cómodos. La atención al cliente que brinda la Empresa EMAPAG es muy importante, porque con ello se mantiene una estrecha relación entre la empresa y los clientes.; es por eso que la presente propuesta tiene como objetivo proponer un Plan de Mejoramiento que creará estrategias que ayudarán a desarrollar y fortalecer la atención que brinda la empresa EMAPAG, para poder incentivar al gerente a optar por el uso de la metodología Servqual que le permitirá medir la calidad del servicio que brinda.

La implementación de la metodología Servqual, se podrá medir el nivel de satisfacción de los clientes de forma periódica, lo que permitirá a los ejecutivos de la empresa mejorar el proceso de toma de decisiones mediante la aplicación de acciones correctivas y/o preventivas. De esta manera, se garantiza una mejora continua en la calidad del servicio y se maximiza la satisfacción de los clientes y otras partes involucradas.

Es importante que las estrategias desarrolladas como parte del Plan de Mejoramiento se utilicen en toda la empresa para que los empleados sean plenamente conscientes de los beneficios de mejorar la atención al cliente, el cual servirá para comprender y resolver los problemas relacionados con ello.

Un plan de mejoramiento es un documento estratégico que tiene como objetivo identificar y abordar las áreas de mejora en una empresa, este plan se utiliza para establecer metas claras, definir acciones específicas y asignar responsabilidades para lograr mejoras significativas en el desempeño y eficiencia.

5.4 Objetivos

Objetivo General

Establecer la metodología Servqual para el mejoramiento de la calidad del servicio EMAPAG.

Objetivos Específicos

- Analizar la percepción actual de los clientes respecto a la calidad del servicio prestado por EMAPAG, identificando las áreas de mejora y las fortalezas del servicio.
- Diseñar estrategias de mejora de la calidad en el servicio al cliente mediante la fidelización, sentido de pertenencia y generación de valor agregado al cliente.
- Elaborar un desarrollo estratégico basado en los resultados del análisis, proponiendo la iniciativa, problema e impacto logrado a la calidad del servicio prestado por EMAPAG en función de la metodología Servqual.

5.5 Análisis Situacional

Mediante la investigación realizada se ha podido observar diferentes problemas existentes en el ámbito interno de la empresa EMAPAG, una de ellas y la más importante es que no cuenta con una metodología para poder medir la calidad del servicio al cliente que brinda, lo que podría traer implicaciones significativas en la satisfacción de los usuarios y en la operación efectiva de la empresa.

Por experiencia de algunos clientes y de los trabajadores de la empresa EMAPAG encuestados, se manifiesta que también existe la deficiencia en la atención al cliente es por ellos que nosotros mediante la metodología Servqual vamos a mejorar esa atención brindada.

Uno de los problemas que también presenta la empresa en el área de mantenimiento es la falta de materiales, debido a esto se da esta insatisfacción a los clientes puesto que no son atendidos a la hora que ellos necesitan el servicio.

Además, se ha podido evidenciar que existen propuestas y estrategias, pero no se han aplicado aún por falta de compromiso que tienen algunos de los miembros de la empresa, por lo tanto, no se han dado solución a los problemas hasta la actualidad. Es evidente que el Plan de mejoramiento a través de la metodología Servqual mejorará la situación actual de empresas, ya que si se aplicaran se podría obtener resultados positivos y favorables.

De acuerdo a la investigación realizada a los clientes de la empresa EMAPAG de la Ciudad de Guaranda, se determina que existe una gran deficiencia en la atención del cliente lo que puede provocar que la empresa tenga inconvenientes con las autoridades delegadas por la matriz.

La deficiencia que tiene la empresa en la atención del cliente trae muchas consecuencias que la empresa tenga que afrontar como puede ser no escuchar a tus clientes, no hacer suficientes preguntas, hablar demasiado, falta de empatía y el no cumplir lo que prometes.

Otro de los problemas incontrolables externos son los del alcantarillado en los sectores que hay veces que no se puede realizar los mantenimientos adecuados por

motivo de que las autoridades que deben dar seguimiento no lo realizan y dejan que las personas hagan reclamos a la empresa.

Los clientes de hoy en día realizan el pedido de acometidas e incluso según la encuesta realizada a los clientes nos dieron a conocer que ellos realizan los pagos, pero la instalación que debe hacer no lo hacen en el tiempo establecido demora mucho entonces ahí es donde nace el inconformismo y las quejas en la atención que brinda la empresa EMAPAG.

5.6 Análisis Estratégico

Matriz PESTEL

Cuadro N° 2

Matriz PESTEL

Factor		Detalle	Impacto
Político	Cambio de Gobierno	El programa de gobierno se adecua a las necesidades y expectativas de la empresa.	Indiferente
	Inestabilidad Política	El estancamiento político y discordia entre el ejecutivo y legislativo.	Indiferente
	Convenios Interprovinciales	Se planea un tratado comercial con las provincias para prestar nuestros servicios.	Positivo
Económico	Centralización	Modificación en las políticas de la empresa.	Negativo
	Aumento en el pago por el servicio	Implementación de nuevas tarifas referenciales.	Positivo
	Aumento de la cartera de clientes	Se da conforme el crecimiento de la población.	Positivo
Social	Aumento de la conciencia por el autocuidado	La empresa cumple con responsabilidad sus trabajos previniendo dejar desecho en el agua.	Positivo
Tecnológico	Materiales de reciclaje e impresión 3D	Puede ser posible que se realice la impresión de ciertos componentes de los filtros de agua, lo que podría optimizar los tiempos de producción y los costos.	Positivo
	Hurto de información electrónica	Pérdida de información del proceso jurídico por la falta de conocimiento tecnológico.	Negativo
Ambiental	Huella de carbono	Se está trabajando para obtener la certificación de carbono neutro.	Positivo
	Residuos	Tratamiento adecuado de aguas residuales siendo costosa para la empresa.	Positivo
Legal	Seguridad laboral	La empresa debe dar cumplimiento al reglamento.	Positivo

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis

Mediante la utilización de la matriz PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal) sobre la empresa EMAPAG, se lograron deducir conclusiones esenciales que brindan una visión completa de su entorno operativo. Esta perspectiva estratégica ofrece un entendimiento minucioso de los elementos externos que influyen en la compañía, dirigiendo su trayectoria futura, lo que permite a la empresa tomar decisiones fundamentadas y poder anticiparse a desafíos y aprovechar situaciones ventajosas en un entorno de evolución constante.

Matriz FODA

Cuadro N° 3

Matriz FODA

ANÁLISIS D.A.F.O. - F.O.D.A.				
Análisis D.A.F.O.				
INTERNAS	Pueden generar PROBLEMAS		Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS	
	D	Debilidades	F	Fortalezas
	1	D1. Altos precios en servicios.	1	F1. Aplicación de control de calidad.
	2	D2. Tiempo elevado de respuesta.	2	F2. Servicio apropiado.
	3	D3. Baja cobertura de alcantarillado.	3	F3. Buen ambiente laboral.
	4	D4. Insatisfacción del cliente.	4	F4. Infraestructura adecuada.
	5	D5. Deficiencia en talento humano.	5	F5. Empresa socialmente responsable.
Procedentes del ENTORNO	A	Amenazas	O	Oportunidades
	1	A1. Incremento de morosidad.	1	O1. Disponibilidad de vertientes naturales.
	2	A2. Quejas recurrentes de los clientes.	2	O2. Crecimiento de la demanda de servicios.
	3	A3. Conexiones clandestinas.	3	O3. Apoyo del GAD a EP-EMAPAG.
	4	A4. Desinformación acerca de proyectos.	4	O4. Creación de nuevas redes de suministro.
	5	A5. Cambio climático.	5	O5. Adaptación de nuevas tecnologías.

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

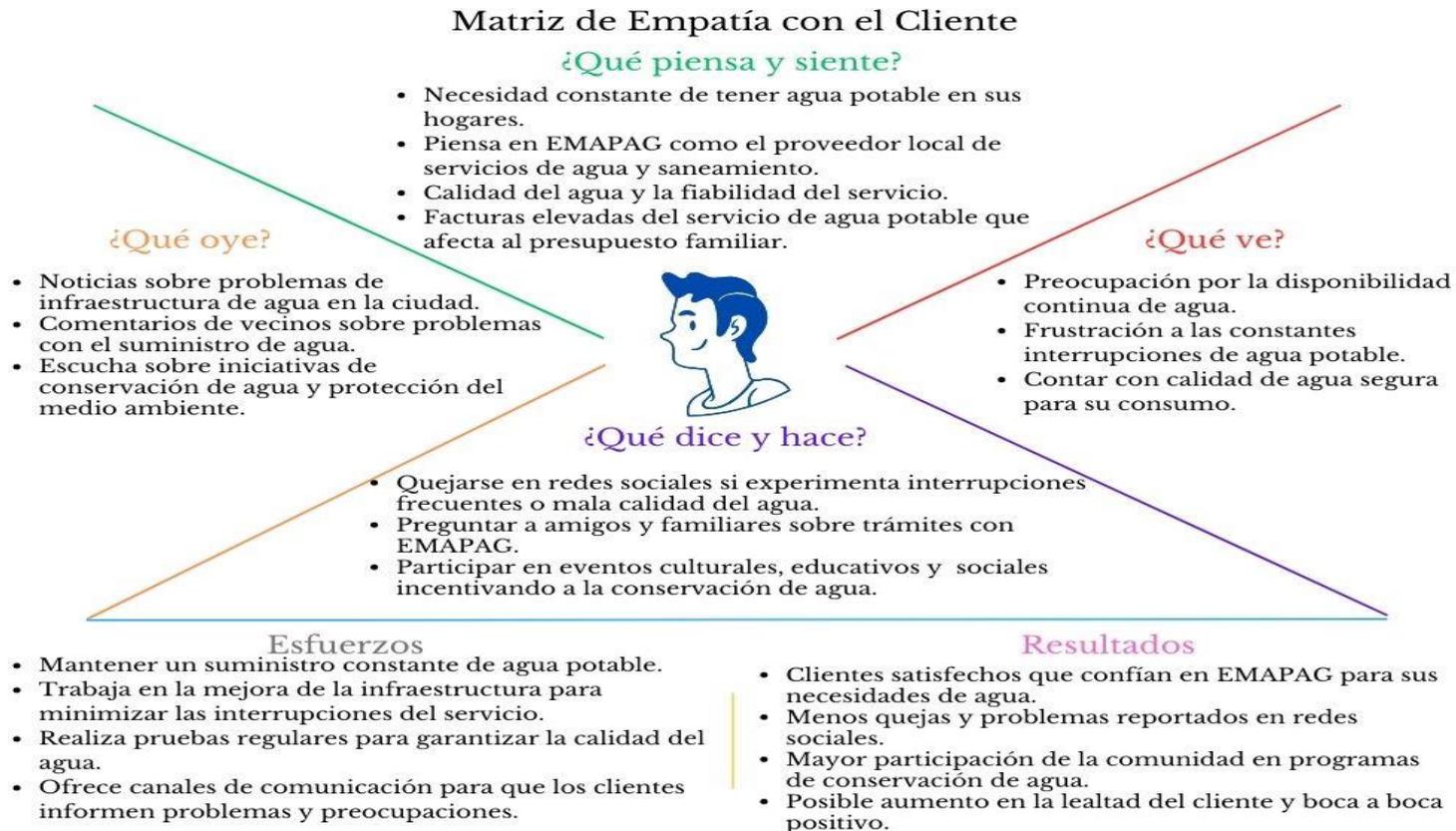
Análisis

La matriz FODA permite realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna, el cual evalúa las debilidades y fortalezas importantes de la empresa, así como su evaluación externa que permite analizar la información y contrarrestar amenazas que pueden influir negativamente. A partir del cual se planteó estrategias que se pueden aplicar en EMAPAG para seguir creciendo y lograr su desarrollo.

Matriz de Empatía con el Cliente

Cuadro N° 4

Matriz de Empatía con el Cliente



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis

Es fundamental que EMAPAG continúe escuchando activamente a sus clientes, implementando mejoras en el servicio según los comentarios recibidos y comunicando de manera efectiva los cambios y las iniciativas que están llevando a cabo. Con un enfoque centrado en el cliente, se puede fortalecer la relación con los usuarios y lograr un servicio más eficiente y satisfactorio en el futuro.

PROGRAMA DE LEALTAD DE CLIENTE

Programas basados en el valor

La base fundamental de dirigir EMAPAG es establecer un vínculo más profundo con los clientes. Este programa presentará enfoques estratégicos y operativos que guiarán para maximizar la entrega de valor a los clientes, al mismo tiempo que se optimizan los recursos y los procesos de la empresa. A su vez, colaborará en garantizar que las decisiones y acciones estén dirigidas a satisfacer las necesidades de los clientes y a generar resultados positivos tanto para la empresa como para sus stakeholders.

Estrategias de calidad en el cliente:

Fidelización

- *Programa de Recompensas por Ahorro de Agua:* Idear un programa de premios que permita a los consumidores acumular puntos al reducir su consumo de agua. Estos puntos serían utilizables para adquirir productos ecológicos o efectuar donaciones a organizaciones benéficas dedicadas a la conservación del recurso hídrico.
- *Programas Educativos:* Organiza talleres, conferencias o webinars que exploren la relevancia de un uso eficiente del agua, estrategias para reducir los gastos en las facturas y los efectos positivos en el ecosistema. Este esfuerzo evidencia la dedicación de la entidad hacia la sociedad y fomenta una sensación de conexión.
- *Servicio al Cliente Sobresaliente:* Capacitar al equipo de servicio al cliente para que muestren amabilidad, atención y habilidades para resolver problemas. Responder de forma veloz y eficaz a las preguntas y dilemas de los clientes indica el compromiso de la empresa hacia su experiencia.

- *Encuestas y Retroalimentación:* De manera habitual, enviar encuestas de opinión a los clientes para entender cómo perciben los servicios ofrecidos por la empresa y así aprovechar estos aportes para potenciar mejoras y tomar elecciones bien fundamentadas.

Sentido de pertenencia

- *Involucramiento en decisiones:* Involucrar a los clientes en la toma de decisiones cruciales vinculadas a los servicios de EMAPAG, a través de la implementación de encuestas de satisfacción, grupos de enfoque o eventos comunitarios diseñados para abordar temas fundamentales.
- *Programas de responsabilidad social:* Participar en acciones de responsabilidad social corporativa que generen impactos positivos en la comunidad, demostrando una dedicación constante hacia la mejora de los servicios gracias a la retroalimentación de los clientes. Introducir cambios basados en las sugerencias de los usuarios y comunicar de manera clara cómo estas mejoras están directamente ligadas a sus perspectivas.
- *Reconocimiento público:* Expresar de manera pública el reconocimiento a los clientes fieles y comprometidos mediante boletines, plataformas de redes sociales y otros canales de interacción puede forjar un sentimiento de orgullo y conexión con la comunidad de clientes, lo cual a su vez puede incentivar a otros a formar parte activa.
- *Espacios de participación en línea:* Crear plataformas de diálogo en línea que posibiliten a los usuarios intercambiar experiencias, recomendaciones y sugerencias. Esta estrategia fomenta un espíritu de comunidad y ofrece un canal extra para interactuar con EMAPAG.

Generación de valor agregado al cliente

- *Asesoría en Eficiencia Hídrica para Empresas:* Brindar servicios de asesoramiento a empresas interesadas en optimizar su eficacia en el uso del recurso hídrico. EMAPAG podría colaborar con profesionales para llevar a cabo auditorías de agua en las instalaciones de las empresas y presentar recomendaciones para disminuir tanto el consumo como los costos.

- *Programa de Mantenimiento Preventivo:* Implementar un sistema de mantenimiento preventivo orientado a las instalaciones de agua y alcantarillado de los usuarios, con el propósito de anticipar posibles complicaciones futuras y disminuir los costos de reparación, generando así una sensación de calma y seguridad para los clientes.
- *Promoción de Prácticas Sostenibles:* Colaborar con empresas y organizaciones locales para impulsar el avance de prácticas sostenibles en la comunidad. Esto podría involucrar la coorganización de eventos eco-amigables, el respaldo a proyectos ambientales y la asociación con compañías que comparten valores similares.
- *Programa de Emergencias y Asistencia:* Desarrollar un esquema de ayuda para emergencias que brinde a los clientes la posibilidad de recibir pronto respaldo en circunstancias críticas, tales como cortes inesperados de suministro de agua o problemas significativos en la infraestructura de alcantarillado.

Desarrollo estratégico

Cuadro N° 5

Desarrollo estratégico

Iniciativa	Problema que ataca	Impacto esperado
Mejorar la atención al cliente.	Inadecuada atención al cliente.	Que el cliente cuente con la satisfacción del servicio esperado.
Desarrollar un programa integral de concienciación sobre la importancia del uso eficiente del agua.	Uso excesivo y derroche de agua por parte de los usuarios.	Reducción del consumo de agua y apoyo en la conservación del recurso hídrico.
Desarrollar una plataforma en línea para que puedan realizar trámites, consultas y reportar problemas.	Falta de acceso fácil a servicios e información por parte de los usuarios.	Mayor agilidad en los trámites y aumento en la comunicación con los clientes.
Capacitación en la Atención al Cliente.	Demora en respuesta a los Clientes.	Brindar una experiencia más eficiente, satisfactoria y transparente en atención al cliente.
Implementación de un Programa Integral de Detección y Prevención de Conexiones.	Conexiones clandestinas.	Mejorar la satisfacción de los usuarios legítimos y contribuirá al desarrollo sostenible de la comunidad.
Implementación de un Programa de Expansión de Alcantarillado Sostenible.	Baja cobertura de alcantarillado.	Reducir la exposición a enfermedades transmitidas por aguas residuales.
Implementación de Mejoras Progresivas en los Procesos Operativos.	Limitación a los procesos.	Fortalecerá la reputación e imagen de EMAPAG como una empresa comprometida con la excelencia en la prestación de servicios y la satisfacción del cliente.

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C.

Análisis

La propuesta de desarrollo estratégico se presenta como una solución completa y efectiva para los desafíos que EMAPAG enfrenta en áreas como la atención al cliente, la gestión del agua y la operación. A través de la implementación de varias iniciativas, se busca abordar de manera proactiva los problemas actuales, transformándolos en oportunidades para el crecimiento y la mejora continua. Al promover la eficiencia, la transparencia y la participación activa de los usuarios, se logrará un impacto duradero y positivo en su funcionamiento, en la calidad de vida de la comunidad y en la preservación del entorno.

CONCLUSIONES

- Analizando el área de atención al cliente de la empresa EMAPAG, se encontró que algunos procesos se encuentran incompletos, por ejemplo: seguimiento de los procesos de atención al cliente, atención de solicitudes, quejas y reclamos y medición de la satisfacción del cliente, lo que generó una imagen negativa para la empresa. En este sentido, cabe destacar que existe en la empresa el compromiso de los empleados del área por mejorar continuamente la calidad del servicio.
- Una vez presentado los resultados de las diferentes causas, se propuso estrategias de calidad en el cliente, la cual consisten en la fidelización, sentido de pertenencia y Generación de valor agregado al cliente, teniendo como resultado la aplicación del plan de mejora donde se le dará respuesta a las peticiones quejas y reclamos de la empresa.
- Cuando se implemente el plan de mejora planteado como solución al problema, que se espera para fines del 2023, la empresa EMAPAG contará con la metodología Servqual, donde se centralizan todas las estadísticas e información y se pueda responder en tiempo a las solicitudes, reclamos de la empresa, brindando un servicio mejor y de mayor calidad y soluciones más eficientes y efectivas.

RECOMENDACIONES

- Designar a una persona clave responsable del proceso para asegurar la correcta implementación y ejecución del proceso.
- Poner en práctica las estrategias descritas en la propuesta para lograr los objetivos de cada una de ellas y mejorar continuamente la eficacia de sus operaciones y nivel de servicio.
- Cumpla con el plan de mejora sugerido, ya que hacerlo nos permitirá ofrecer las soluciones más urgentes para los problemas de servicio al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaro, A. M. (2020). *Copywriter*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/la-importancia-de-la-atencion-al-cliente>
- Arteaga, G. (1 de Octubre de 2020). *testsitiforme.com*. Obtenido de <https://www.testsitiforme.com/enfoque-cuantitativo/>
- Bantu Group. (27 de Julio de 2020). Obtenido de <https://www.bantugroup.com/blog/como-hacer-un-plan-de-mejora-continua-para-tu-empresa>
- Botin, R. (2 de Enero de 2023). *Shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/11821833-la-atencion-al-cliente-como-parte-de-una-estrategia-de-venta-en-el-comercio-electronico>
- Cardozo, L. (1 de Marzo de 2021). *zenvia.com*. Obtenido de blog: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Cerem Comunicación. (17 de October de 2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Obtenido de Cerem: <https://www.cerem.es/blog/calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente>
- corpoboyaca. (7 de Junio de 2023). *Planes de mejoramiento*. Obtenido de <https://www.corpoboyaca.gov.co/la-corporacion/politica-de-calidad/planes-de-mejoramiento/>
- Corrales, J. A. (25 de Julio de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Corrales, N. (2022). *Trabajo de titulación, previo a la obtención del grado académico de Magister en Administración Pública*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35345/1/46%20ADP.pdf>
- Editorial Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de Metodología: <https://concepto.de/metodologia/>
- Enciclopedia Humanidades. (2023). *Empresa: qué es, tipos y características*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/empresa/>
- Equipo editorial, Etecé. (2 de Febrero de 2022). Obtenido de <https://concepto.de/satisfaccion/>
- Francisco, P., & Josselyn, S. (2020). “Evaluación de la atención al cliente a través del Modelo Servqual en el Paradero Sabor Latino del cantón Pallatanga del período 2018” [INGENIERÍA COMERCIAL;UNACH]. Repositorio Digital. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6411>
- Gómez, D. (6 de Diciembre de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>

- Gómez, D. (15 de Noviembre de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>
- Gómez, D. (6 de Diciembre de 2022). *Blog de HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-servqual>
- Hammond, M. (15 de Febrero de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente#:~:text=La%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20es,a%20detalle%20lo%20que%20necesitan.>
- Huertas, C. (26 de Abril de 2019). *IMPORTANCIA*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-del-mejoramiento-continuo-para-las-empresas-huertas>
- Indeed. (30 de Septiembre de 2022). *Técnicas de investigación de campo: qué son y para qué sirven*. Obtenido de Investigación de campo: <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/tecnicas-investigacion-campo>
- Lucas, A. (2021). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO, CIUDAD DE PUERTO LÓPEZ [TÍTULO DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS] UNESUM*. Repositorio Institucional, Jipijapa - Manabí. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3404/1/PROYECTO%20DE%20TITULACION%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20ANDY%20LUCAS%20%28RESPALDO%29.pdf>
- Mancuzo, G. (04 de Diciembre de 2020). Obtenido de <https://blog.comparasoftware.com/cliente-interno-externo/>
- Martín, J. (05 de Septiembre de 2018). *cerem*. Obtenido de <https://www.cerem.es/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Masaquiza, C. (20 de March de 2023). *Satisfacción del usuario en las agencias de matriculación vehicular: un acercamiento a la calidad del servicio en Ambato*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8910600.pdf>
- Mendoza, J. (16 de Enero de 2020). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/medicion-de-la-calidad-del-servicio/>
- Moreno, J. (3 de Abril de 2023). *hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>
- Muente, G. (26 de Agosto de 2018). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/encuesta-de-satisfaccion/>
- Narvaez, M. (2021). *questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-inductivo/>
- Paredes, L. (2021). *DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE CON LA METODOLOGÍA*

SERVQUAL PARA UNA EMPRESA DE RETAIL. [MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS; PUCE]. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19267/Tesis%20final%20PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peiró, R. (1 de Febrero de 2021). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/deseo.html>

Pérez, J., & Merino, M. (24 de Mayo de 2021). Obtenido de <https://definicion.de/plan/>

Quiñonez, E. (30 de Enero de 2023). *OPRES*. Obtenido de Blog Opres Media: <https://blog.opresmedia.com/por-qu%C3%A9-es-importante-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente-para-la-rentabilidad-de-tu-negocio>

Rabotnikof, V. (9 de Abril de 2023). *Enciclopedia de Ejemplos*. Obtenido de <https://www.ejemplos.co/servicio/#:~:text=%C3%8Dndice%20tem%C3%A1tico&text=El%20servicio%20es%20la%20acci%C3%B3n,los%20integrantes%20de%20una%20comunidad.>

Ramroop, T. (16 de Julio de 2022). *zendesk.es*. Obtenido de <https://www.zendesk.es/blog/customer-service-skills/#:~:text=El%20servicio%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20se%20define%2C%20seg%C3%BAn%20Lexico,una%20buena%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente.>

Rodriguez, J. (24 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/diferencia-cliente-interno-externo>

Rojas, K. (30 de Abril de 2023). *tiendanube*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>

Rus Arias, E. (10 de Diciembre de 2020). *Investigación exploratoria*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>

Sánchez Flores, F. A. (Junio de 2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa*. Obtenido de Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008#:~:text=Por%20enfoco%20cualitativo%20se%20entiende,Mej%C3%ADa%2C%20como%20se%20cit%C3%B3%20en

Santos, D. (14 de Septiembre de 2022). *Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos*. doi: 980-07-8529-9

Scarilli, J. M. (13 de Noviembre de 2020). *Marketing Directo*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>

- Significados. (10 de Junio de 2023). Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-documental/>
- Silva, D. d. (1 de Junio de 2020). *Web Content & SEO Associate, LATAM*. Obtenido de Por qué es importante el servicio al cliente: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Tabris, R. (9 de Noviembre de 2019). *jergozo.com*. Obtenido de <https://jergozo.com/significado/mejoramientos>
- UNIR. (3 de March de 2023). *Innovación en la empresa: concepto, importancia y tipologías*. Obtenido de UNIR México: <https://mexico.unir.net/economia/noticias/innovacion-en-una-empresa/>
- Vizuite, O. (2021). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTADA DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL TÍTULO*. Repositorio Institucional, Riobamba. Obtenido de Repositorio Digital UNACH: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7432/1/8.-TESIS%20Oscar%20Estalin%20Vizuite%20Octaquiiza-ING-COM.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1

Cronograma Tentativo (Gant)

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOS				SEP				OCTU				NOVIE				DICIEM				ENERO				FEBR							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Solicitud de autorizaición "EP- EMAPAG".	■	■																																										
Presentacion del Tema.		■	■	■	■																																							
Aprobación del tema en el consejo universitario.					■	■	■																																					
Elaboración de anteproyecto.									■	■	■	■																																
Revisión del tema y del avance del anteproyecto con el Director.									■	■	■	■																																
Entrega del Anteporyecto a los pares académicos para revisión.													■	■	■																													
Acoger las observaciones de los pares académicos y presentar certificación del cumplimiento.																	■	■	■																									
Entrega del Anteporyecto a la Cordinadora de Tutulación.																	■	■	■																									
Desarrollo del trabajo de integración curricular, con asesoramiento del director.																					■	■	■	■																				

ANEXO N° 2

Presupuesto Ejecutado

N°	ACTIVIDADES	CANTIDAD	V. UNIT	VALOR
1	Pasajes Movilización	5	14	70,00
2	Internet			30,00
3	Impresiones			50,00
4	Un Computador			750,00
5	Anillado			20,00
6	Electricidad			10,00
7	Libro Metodología Servqual			30,00
8	Carpetas	2	1,50	3,00
9	Esferos	4	0,70	2,80
10	USB	1	15,00	15,00
11	Otros Gastos			20,00
	TOTAL			1000,80

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C

ANEXO N° 3

Encuesta Aplicado a los clientes de EMAPAG

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO:

Recabar información sobre el servicio de atención al cliente que brinda la empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda.

Responda con un X:

1= Muy en desacuerdo (mínima satisfacción)

2= Algo en desacuerdo

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4= Algo de acuerdo

5= Muy acuerdo (máxima satisfacción)

ELEMENTOS TANGIBLES: Aspecto de las instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación.		1	2	3	4	5
1	En su opinión, ¿los empleados cuentan con la última tecnología moderna para hacer su trabajo?					
2	¿Considera que el material informativo que brinda la empresa es adecuado?					
3	¿Considera que las instalaciones son adecuadas para brindar un excelente servicio?					
FIABILIDAD O PRESTACIÓN DEL SERVICIO: La capacidad de realizar de manera confiable y cuidadosa el servicio prometido como, por ejemplo: eficiencia, eficacia, repetición y problemas.		1	2	3	4	5
4	¿El servicio cumplió con sus expectativas?					
5	¿Respondió el personal a su solicitud dentro del tiempo prometido?					

6	¿Muestran los empleados un interés genuino en resolver sus problemas?					
7	¿El empleado realiza el servicio con éxito la primera vez?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA: El compromiso y deseo del personal de ayudar al cliente y brindarle el servicio.		1	2	3	4	5
8	¿Está satisfecho con el tiempo de espera para la atención?					
9	¿El empleado está listo para ayudarlo rápidamente?					
10	¿Si tenía alguna duda le atendieron en el momento adecuado?					
SEGURIDAD: Conocimiento y el cuidado mostrado por el personal y su capacidad para inspirar confianza.		1	2	3	4	5
11	¿Promueve el empleado confianza y seguridad al recibir los servicios?					
12	¿Los empleados tienen un trato igualitario para todos sus clientes?					
EMPATÍA: Atención personalizada que brindan los empleados a sus clientes.		1	2	3	4	5
13	¿Recibió atención personalizada?					
14	¿El personal es amable y le brinda un buen trato?					
15	¿Los empleados se preocupan por las necesidades de sus clientes?					
16	¿La empresa proporciona horarios convenientes para la atención a todos los usuarios?					

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C

ANEXO N° 4

Entrevista con el Gerente de la Empresa EMAPAG

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENTREVISTA

OBJETIVO:

Recabar información sobre el servicio de atención al cliente que brinda la empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda.

1. ¿El servicio al cliente es parte fundamental dentro de la empresa?
2. ¿El servicio dentro de la EMAPAG es apropiado?
3. ¿Qué tipo de atención al cliente brinda en la empresa?
4. ¿Resuelve los inconvenientes de la empresa, en el tiempo oportuno?
5. ¿Se supervisa el servicio de atención que se le brinda al cliente que ofrece EMAPAG?
6. ¿Se capacita a los trabajadores de la empresa EMAPAG en los aspectos que pueden contribuir a mejorar la calidad del servicio?
7. ¿Existe la predisposición por parte del personal de la EMAPAG para mejorar la atención que se brinda a los clientes?

ANEXO N° 5

Aplicación de las Encuestas



Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C



Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C

ANEXO N° 6

Entrevista con el Gerente



Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Gavilanes, A & Muñoz, C

ANEXO N° 7

Carta de Aceptación



Guaranda, 04 de mayo de 2023

OF-N° 070- GER-E-P. EMAPA-G

Ing.

GINA JAQUELINE ALARCON QUINATO A.

DIRECTORA DE TITULACIÓN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Presente. -

De mi consideración:

A nombre de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado y el mío propio tengo a bien en expresarle un cordial y atento saludo, augurando que vuestras elevadas funciones se desarrollen con el mayor de los éxitos.

En atención a vuestro, oficio s/n de fecha 27 de marzo de 2023, en el cual solicita la autorización para que realice el trabajo de titulación a los estudiantes, Gavilanes Muñoz Ana del Rocío, con numero de identidad N°0202367678, y Muñoz Calderón Christian José, con numero de identidad N°1207587856, estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar; con el tema de investigación de la Institución, manifiesta que si es procedente aceptar vuestra solicitud, referente al trabajo de titulación, "Plan De Mejoramiento De La Calidad Del Servicio Al Cliente En Base A La Metodología Servqual En La Empresa Municipal De Agua Potable Y Alcantarillado De Guaranda, Provincia Bolívar, Año 2023." a partir de 16 de mayo 2023; en virtud de lo expuesto solicito a Usted, designar al profesor tutor para de esta manera abalizar el trabajo de titulación en mi representada.

Particular que pongo en su conocimiento, para los fines legales pertinentes. Aprovecho la ocasión para expresarle, si sentido de alta consideración y estima.

Atentamente,

Eco. Miguel Arregui G
GERENTE GENERAL
E-P. EMAPA-G

AT/A. LL

C.c. Archivo.

Dirección: Av. Guayaquil y Abraham Erazo. **Teléfonos:** 03 2983787 / 980696 www.emapag.gob.ec

ANEXO N° 8

Certificado del Turnitin



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION
EMPRESARIAL E INFORMATICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Guaranda, 08 de septiembre del 2023

CERTIFICADO

A petición de las partes interesadas:

Que, los estudiantes Ana Del Rocío Gavilanes Muñoz con C.I 0202367678 y Christian Jose Muñoz Calderon con C.1 1207587856; presentaron su proyecto de investigación titulado: "PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN BASE A LA METODOLOGÍA SERVQUAL EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE GUARANDA. PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023" para el respectivo análisis de similitud en el programa Turnitin, el mismo que refleja un 7% de similitud que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de titulación de la Facultad.

Atentamente;

Ing. Charles Viscarra

Director del Proyecto de Investigación

ANEXO N° 9

Captura del Turnitin

Reporte de similitud	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
TESIS TERMINADA.pdf	Ana Gavilanes & Christian Muñoz
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
16714 Words	99459 Characters
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
107 Pages	1.8MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Sep 8, 2023 2:25 PM GMT-5	Sep 8, 2023 2:27 PM GMT-5
<ul style="list-style-type: none">● 7% de similitud general El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos	
<ul style="list-style-type: none">• 7% Base de datos de Internet• Base de datos de Crossref• 6% Base de datos de trabajos entregados• 2% Base de datos de publicaciones• Base de datos de contenido publicado de Crossref	
<ul style="list-style-type: none">● Excluir del Reporte de Similitud	
<ul style="list-style-type: none">• Material bibliográfico• Material citado• Fuentes excluidas manualmente• Material citado• Coincidencia baja (menos de 82 palabras)• Bloques de texto excluidos manualmente	
 Ing. Charles Viscarra C.I. 0201572963	
Resumen	