



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ

CARRERA DE LICENCIATURA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL CANTÓN LA MANÁ

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en
Administración de Empresas

AUTORAS:

Ana Cristina Basurto Torres
Odalys Dayanara García Flores

TUTOR:

Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz. PhD.

**LA MANÁ-ECUADOR
FEBRERO-2024**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Basurto Torres Ana Cristina con cedula de ciudadanía # 050425355-0 y García Flores Odalys Dayanara con C.I. # 125016666-5, declaramos ser las autoras del presente trabajo investigativo titulado **“ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL CANTÓN LA MANÁ”**, siendo Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz PhD. tutor del presente trabajo, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

La Maná, febrero del 2024



Ana Cristina Basurto Torres

C.I:050425355-0



Odalys Dayanara García Flores

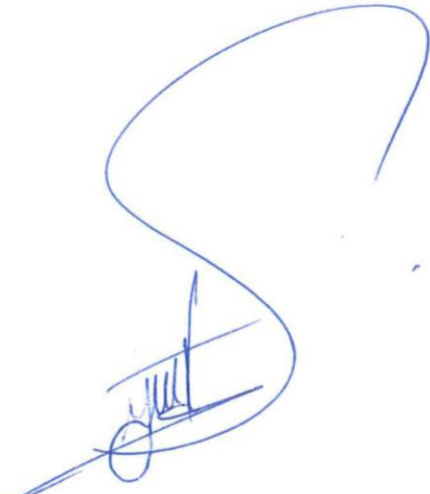
C.I:125016666-5

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad del tutor del Proyecto de investigación sobre el título:

“ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL CANTÓN LA MANÁ” de Basurto Torres Ana Cristina y García Flores Odalys Dayanara, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Maná, febrero 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'S' shape with a smaller signature underneath it.

Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz. PhD

C.I. 160050885-5

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE LECTORES

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de ciencias Administrativas por cuanto las postulantes Basurto Torres Ana Cristina y García Flores Odalys Dayanara, con el título de Proyecto de Investigación “ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL CANTÓN LA MANÁ” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

La Maná, febrero del 2024

Para constancia firman

MBA. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano

C.I: 171231719-5

LECTOR 1 (PRESIDENTE)

MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano

C.I: 12056823-9

LECTOR 2 (MIEMBRO)

Dra. Marilin Vanessa Albarrasín Reinoso PhD.

C.I: 171971537-5

LECTOR 3 (MIEMBRO)

DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, padres, abuelos, hermanos y tíos por saberme guiar y apoyar en todo, por siempre estar presente en lo bueno y malo. A mi madre Alexandra por siempre aconsejarme, y quererme ver triunfar, a mi padre Luis, siempre ha estado apoyándome y viendo por mí. Y a la UTC, por todos estos años de aprendizaje.

Odalys

El presente trabajo se lo dedico a mi madre Roció Basurto que ha sido mi pilar y mi apoyo incondicional por todo su amor brindado, comprensión y brindarme valor y ánimo para no rendirme y cumplir las metas que tengo en mente espero que con la bendición de Dios este acompañándome en mis triunfos y logros.

Ana

AGRADECIMIENTO

Ante todo, con Dios por darme salud y sabiduría en toda mi carrera universitaria, agradecida de todo corazón con mi madre y familia por todos estos años apoyándome económicamente y emocionalmente, confiando en que terminaría mi carrera a pesar de todos los altibajos que pude tener estos años.

Odalys

Agradezco de todo corazón a Dios por mantenerme con vida y buena salud y a mi querida madre que es la promotora principal de que me esté formando profesional y por confiar y apoyarme desde que empecé mis estudios

Ana

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

EXTENSIÓN LA MANÁ

**TITULO: “ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
COMERCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL CANTÓN LA MANÁ”**

AUTORAS:

**Basurto Torres Ana Cristina
García Flores Odalys Dayanara**

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de investigación titulado, análisis de la percepción del servicio eléctrico de ELEPCO S.A, tuvo por finalidad conocer a percepción de los clientes del servicio en cuanto a la calidad del mismo. Para ello se realizó una investigación con un enfoque mixto, de tipo descriptiva, con la finalidad de describir la problemática existente en la empresa eléctrica y ofrecer alternativas de solución para una mejoría del equipo y redes que garanticen un buen servicio, además investigación documental con la cual se elaboró todo el sustento teórico y de campo, porque se acudió al sitio a recolectar los datos. Entre las principales técnicas de recolección de información se utilizó una encuesta, mediante un cuestionario SERVQUAL, para percepción de la calidad del servicio y satisfacción del usuario, que valora 5 dimensiones, Fiabilidad, Seguridad, Aspectos Tangibles, Empatía y Sensibilidad, el mismo que se aplicó a la población, la cual estuvo conformada por los clientes de la empresa ELEPCO S.A, y mediante la aplicación de un muestreo aleatorio simple se selecciona una muestra de 400 clientes a quienes se aplicó el instrumento mencionado. Entre los principales resultados obtenidos en base a la percepción del servicio en cada una de las dimensiones del SERVQUAL fue de manera neutral, media o indiferente, mientras que, de manera general, 49% de los clientes se mostraron conformes con el servicio, un 27% manifestó percibir un nivel de calidad alta en los servicios, y el restante 24% considera que la calidad del servicio brindado es baja, por su parte entre las dimensiones, la fiabilidad fue media con un 59%, la sensibilidad, 51% media, seguridad, 56% neutral, la empatía con un 52%, mientras que en los aspectos tangibles fue la única dimensión que tuvo una percepción de la calidad alta. En cuanto a la satisfacción del usuario, el 35% se mostró indiferente, un 33% insatisfecho y el 32% satisfecho con el servicio. Se concluye que los usuarios en un 50% consideran que la calidad del servicio es media o neutral, 3 de cada 10 clientes encuestados consideran que la calidad es alta; por su parte 2 de cada 10, afirman que la calidad del servicio es baja. Los beneficiarios del proyecto son la empresa, los usuarios del servicio, así como la comunidad en general y el impacto es positivo a nivel social, porque contribuye a la mejora de la calidad de vida de las personas del cantón, así mismo de manera económica, ayuda a la reducción de costos operativos de la empresa al poder identificar las fallencias, y corregirlas de manera inmediata, mientras que en el ámbito técnico contribuye a la mejora de la infraestructura de los equipos y redes eléctricas. Se recomienda una propuesta que contiene estrategias encaminadas a la mejora del servicio prestado por ELEPCO, cada una de ellas con su respectivo plan de acción, responsables, actividades, tiempos de ejecución y presupuesto aproximados para poder ser implementados a futuro por parte de la empresa.

Palabras clave: Calidad, Percepción, SERVQUAL. Satisfacción. Servicio Eléctrico.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

LA MANÁ EXTENSION

TITLE: “ANALYSIS OF PERCEPTION OF THE QUALITY OF THE COMMERCIAL ELECTRICAL ENERGY SERVICE IN THE CANTON LA MANÁ”

AUTHORS:

Basurto Torres Ana Cristina
García Flores Odalys Dayanara

ABSTRACT

The development of this research work entitled, analysis of the perception of the electrical service of ELEPCO S.A, had the purpose of knowing the perception of the customers of the service regarding its quality. For this, an investigation was carried out with a mixed approach, of a descriptive type, with the purpose of describing the existing problems in the electrical company and offering alternative solutions for an improvement of the equipment and networks that guarantee good service, in addition to documentary research with the which all the theoretical and field support was developed, because the site was visited to collect the data. Among the main information collection techniques, a survey was used, through a SERVQUAL questionnaire, for the perception of service quality and user satisfaction, which assesses 5 dimensions, Reliability, Security, Tangible Aspects, Empathy and Sensitivity, the same as applied to the population, which was made up of the clients of the company ELEPCO S.A, and through the application of simple random sampling, a sample of 400 clients was selected to whom the aforementioned instrument was applied. Among the main results obtained based on the perception of the service in each of the SERVQUAL dimensions, it was neutral, average or indifferent, while, in general, 49% of the clients were satisfied with the service, 27% % stated that they perceived a level of high quality in the services, and the remaining 24% considered that the quality of the service provided was low. Meanwhile, among the dimensions, reliability was medium at 59%, sensitivity was medium at 51%, security, 56% neutral, empathy with 52%, while in the tangible aspects it was the unified dimension that had a high quality perception. It is concluded that users are neither satisfied nor dissatisfied with the service they receive, highlighting that an important part, that is, 3 out of every 10 customers surveyed, consider that they feel very satisfied with the service, that is, it meets their expectations for what they consider the quality to be high; For their part, 2 out of 10 are dissatisfied with the service provided by the electricity company, that is, the quality of the service is low. The beneficiaries of the project are the company, the users of the service, as well as the community in general and the impact is positive on a social level, because it contributes to improving the quality of life of the people of the canton, as well as economically, It helps reduce the company's operating costs by being able to identify shortcomings and correct them immediately, while in the technical field it contributes to the improvement of the infrastructure of electrical equipment and networks. A proposal is recommended that contains strategies aimed at improving the service provided by ELEPCO, each of them with its respective action plan, responsible parties, activities, execution times and approximate budget to be implemented in the future by the company.

Keywords: Quality, Perception, SERVQUAL. Satisfaction. Electric service.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE LECTORES	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. BENEFICIARIOS	4
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
5.1 Formulación del problema.....	6
6. OBJETIVOS.....	7
6.1 Objetivo General.....	7
6.2 Objetivos específicos.....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS.....	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	9
8.1 Antecedentes Investigativos	9
8.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
8.2.1 Calidad.....	11
8.2.2 Objetivos de la calidad	12

8.2.3 Enfoques de calidad.....	13
8.2.4 La calidad como valor agregado.....	14
8.2.5 Calidad como servicio	15
8.2.6 Percepción de la calidad	15
8.2.6 Servicios	16
8.2.7 Cliente o consumidor.....	16
8.2.7.1 Tipos de clientes	17
8.2.8 Servicio o atención al cliente.....	18
8.2.9 Importancia de la atención al cliente	18
8.2.10 Satisfacción de los usuarios.....	20
8.2.10.1 Importancia de la satisfacción de los usuarios.....	20
8.2.11 Percepción del consumidor.....	21
8.2.12 Comportamiento del consumidor	21
8.2.13 Empresa Eléctrica	22
8.2.13.1 Funciones de una empresa eléctrica.	22
8.2.14 ELEPCO S.A.....	23
8.2.15 Modelo SERVQUAL.....	23
8.2.15.1 Dimensiones de Calidad del Servicio:.....	23
8.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	26
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS	30
10. METODOLOGÍA EMPLEADA	31
10.1 Enfoque de investigación	31
10.2 Diseño de investigación.....	31
10.3 Tipos de investigación	31
10.3.1 Investigación descriptiva	31
10.3.2 Investigación Bibliografía – Documental.....	32
10.3.3 Investigación de campo.	32

10.3.4 Investigación Aplicada	32
10.4 Técnicas e instrumentos.....	33
10.4.1 Encuesta.....	33
10.4.2 Entrevista.....	33
10.4.3 Cuestionario.....	33
10.5 Métodos de investigación	34
10.5.1 Método Analítico	34
10.5.2 Método deductivo	34
10.6 Población y Muestra	35
10.6.1 Población	35
10.6.2 Muestra	35
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	37
11.1 Análisis situacional de ELEPCO	37
11.2 Análisis de la percepción de la calidad y satisfacción de lo usuarios.....	38
11.2 PROPUESTA.....	49
11.2.1 Introducción.....	49
11.2.2 Justificación	49
11.2.3 Objetivo General.....	50
11.2.4 Objetivos Específicos.	50
11.2.5 Desarrollo de la Propuesta.....	50
11.2.6 Plan de acción para mejorar la calidad del servicio eléctrico de ELEPCO S.A.....	51
12. IMPACTOS	66
12.1 Impacto técnico.....	66
12.2 Impacto Social	66
12.3 Impacto económico.....	66
13. VALORACIÓN ECONÓMICA Y/O PRESUPUESTO	67
14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68

14.1 Conclusiones.....	68
14.2 Recomendaciones	69
15. BIBLIOGRAFÍA	70

ÍNDICE DE TABLAS

N°	Pág.
1 Beneficiarios del proyecto	4
2 Actividades en relación a los objetivos específicos.....	8
3 Clientes de ELEPCO S.A.	35
4 Análisis FODA	37
5 Género de los usuarios.....	38
6 Edad.....	39
7 Nivel de instrucción.....	40
8 Percepción de la calidad	41
9 Percepción de la calidad (Fiabilidad)	42
10 Percepción de la calidad Dimensión Sensibilidad.....	43
11 Percepción de la calidad (Seguridad)	44
12 Percepción de la calidad (Empatía)	45
13 Percepción de la calidad (Aspectos Tangibles)	46
14 Nivel de satisfacción de los usuarios.....	47
15 Sugerir alternativas para la reducción de cortes de energía.....	51
16. Mejorar la calidad de los servicios prestados a los hogares	55
17 Proporcionar programas de capacitación continuos para el personal.....	57
18 Presupuesto utilizado en la actividad 1.....	59
19 Presupuesto utilizado en la actividad 2.....	60
20 Presupuesto utilizado en la actividad 3.....	61
21 Presupuesto utilizado en la actividad 4.....	62
22 Presupuesto utilizado en la actividad 5.....	63
23 Presupuesto utilizado en la actividad 6.....	64
24 Presupuesto utilizado en la actividad 7.....	65
25 Presupuesto.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

N°	Pág.
Figura 1. Categorías fundamentales	11
Figura 2 Género	38
Figura 3 Edad	39
Figura 4 Nivel de Instrucción	40
Figura 5 Percepción de la calidad por parte de los usuarios.....	41
Figura 6 Percepción de la calidad por parte de los usuarios.....	42
Figura 7 Percepción de la calidad Dimensión Sensibilidad	43
Figura 8 Percepción de la calidad por parte de los usuarios.....	44
Figura 9 Percepción de la calidad (Empatía).....	45
Figura 10 Percepción de la calidad (Aspectos tangibles).....	46
Figura 11 Nivel de satisfacción de los usuarios de ELEPCO.....	47

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Análisis de la percepción de la calidad del servicio comercial de energía eléctrica en el cantón La Maná

Fecha de inicio: octubre 2023

Fecha de finalización: marzo 2024

Lugar de ejecución:

Empresa eléctrica ELEPCO S.A. del Cantón La Maná provincia de Cotopaxi Cantón La Maná (Av.19 de mayo y General Alberto Enríquez Gallo)

Facultad que auspicia:

Ciencias Administrativa

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado:

Proyecto de la Carrera

Equipo de trabajo:

Coordinador del proyecto: PhD. Martínez Ortiz Xavier Fabián (Hoja de vida. Anexo 1)

Basurto Torres Ana Cristina (Hoja de vida. Anexo 2)

Flores García Odalys Dayanara (Hoja de vida. Anexo 3)

Área de Conocimiento:

Ciencias Sociales, educación comercial y derecho

Línea de Investigación

Administración y economía para el desarrollo humano y social.

Sub línea de investigación:

Estrategias administrativas productividad y emprendimiento

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El desarrollo del presente trabajo de investigación tuvo como objetivo análisis de percepción de calidad del servicio de energía eléctrica en el cantón La Maná, para ello se utilizó una metodología de tipo mixta, es decir uso de técnicas e instrumentos cualitativos como cuantitativos, los tipos de investigación fueron, descriptiva para describir todo el contexto de la problemática existente así como los resultados, bibliográfica para la búsqueda de todo el sustento teórico con la cual se elaboró el marco teórico, la información se la extrajo de libros, revistas, artículos científicos y base de datos como Google Scholar, Scielo entre otras. La población estuvo conformada por los usuarios de ELEPCO, mediante aplicación de una fórmula para el cálculo de la muestra por medio del muestreo aleatorio simple, la muestra fue de 400 usuarios del servicio. Entre las principales técnicas de recolección de información se utilizó una encuesta, mediante un cuestionario SERVQUAL, para percepción de la calidad del servicio y satisfacción del usuario, en cuanto a los resultados obtenidos en base a la percepción del servicio en cada una de las dimensiones del SERVQUAL fue de manera neutral, media o indiferente, mientras que, de manera general, el 49% de los clientes se mostraron conformes con el servicio, un 27% manifestó percibir un nivel de calidad alta en los servicios, y el restante 24% considera que la calidad del servicio brindado es baja.

3. JUSTIFICACIÓN

La investigación es relevante porque contribuyó al conocimiento de la percepción de la calidad del servicio comercial de energía eléctrica en el cantón La Maná, así mismo permitió identificar las fortalezas y debilidades del servicio, para que ELEPCO S.A pueda implementar acciones de mejora, con miras a satisfacer a sus usuarios.

La importancia de la investigación estuvo dada debido a su contribución de sugerencias hacia la empresa con la finalidad de brindar un mejor servicio y por ende lograr la satisfacción de los usuarios del servicio de energía eléctrica, lo que a su vez favorece el desarrollo del cantón, esto debido a que, la empresa eléctrica puede mejorar su servicio utilizando como base los resultados del presente estudio y las estrategias de mejora que se proponen en el documento.

La novedad científica estuvo dada, debido a que, al ser un tema de estudio nuevo, no se han realizado trabajos similares enfocados en analizar la calidad del servicio que brinda la empresa eléctrica, así como la satisfacción de los usuarios en cuanto a la percepción de la calidad del servicio que reciben por parte de la empresa eléctrica.

La utilidad práctica está dada porque la investigación puede proporcionar información valiosa para las empresas eléctricas del cantón La Maná, esta información podría utilizarse para mejorar la calidad del servicio comercial de energía eléctrica, lo que podría beneficiar a los clientes y a la empresa.

El trabajo investigativo tuvo un impacto positivo en cuanto a la mejora de la calidad del servicio que presta la empresa a la comunidad, un servicio comercial de energía eléctrica de alta calidad es esencial para el desarrollo económico y social de una comunidad en este caso el cantón La Maná.

Este trabajo de investigación se lo realizó con la finalidad de ver la calidad de servicio que las empresas brindan a la comunidad y a la vez poder implementar un adecuado funcionamiento del proceso interno que se realizan en los diferentes departamentos que forman parte de la empresa Pública (ELEPCO S.A) ubicado en el cantón La Maná. La propuesta planteada busca implementar en el corto plazo, mecanismos que permitan mejorar la gestión de calidad en el servicio y mejorar procesos que satisfacen plenamente al cliente

Los beneficiarios en primera instancia fueron la empresa eléctrica ELEPCO S.A, quienes tendrán información valiosa de la percepción de la calidad de su servicio por parte de la ciudadanía del cantón, también los usuarios de servicio de energía eléctrica quienes contarán con un servicio de mejor calidad, y la comunidad en general debido a que todos dependen del servicio de energía eléctrica de una u otra manera., contribuyendo a un mejor desarrollo del cantón.

4. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios del presente proyecto investigativo se dividen en dos grupos, los directos, que se benefician de los resultados del proyecto en este caso en primera instancia ELEPCO SA, quienes contarían con información relevante sobre el servicio que prestan, y los usuarios quienes podrán contar a futuro con un servicio de calidad, que satisfaga sus necesidades. Por su parte dentro del grupo de beneficiarios indirectos se tiene las autoridades públicas como el GAD de la Maná, así mismo la sociedad en general, debido a que el proyecto contribuyó al desarrollo social y económico del cantón.

Tabla 1 Beneficiarios del proyecto

Beneficiarios directos	Cantidad	Beneficiarios indirectos	Cantidad
Empresa Eléctrica	1	GAD Municipal	1
Usuarios del Servicio	156593	ELEPCO.S. A	1
Autoras del proyecto	2	Ciudadanía en general.	61209
Tutor del proyecto	1	Cuerpo de Bomberos	1

Nota: información tomada del desarrollo del proyecto. La población de la Mana según proyecciones del INEC (2023) es de 61209 habitantes (Ver Anexo 7)

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La energía eléctrica es un servicio público esencial para el desarrollo social y económico de los pueblos, en Ecuador, la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL) es la empresa pública encargada de brindar este servicio, en el caso del cantón La Maná (ELEPCO S.A). La calidad del servicio comercial de energía eléctrica es un factor importante que incide en la satisfacción

de los usuarios y en la competitividad de las empresas e industrias (Montesdeoca y Cedillo, 2020).

En los últimos años, la Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A. (2023) ha fortalecido sus competencias mediante el respaldo del gobierno central y la colaboración descentralizada. Este fortalecimiento se atribuye en parte a la gestión descentralizada, que ha arrojado resultados positivos en cuanto a la participación ciudadana, la adaptación a las necesidades de la población, la lucha contra la pobreza, la rendición de cuentas y la transparencia.

La Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A. opera como entidad territorial encargada del servicio eléctrico, gozando de autonomía política, fiscal y administrativa en los límites establecidos por la Constitución y las leyes de descentralización. Los Gobiernos Municipales, como entidades autónomas, son elegidos directamente por la población para impulsar el desarrollo de sus territorios, teniendo la capacidad de establecer normas y proyectos locales, siempre y cuando estén en conformidad con la legislación nacional.

El recurso humano se posiciona como un elemento fundamental dentro de la estructura de (ELEPCO S.A., 2023) , la cual en la actualidad está compuesta por 390 colaboradores, de los cuales 18 son individuos con habilidades especiales. Este personal se caracteriza por mantener valores fundamentales, tales como empoderamiento, identidad, compromiso, cooperación, integridad, honestidad y solidaridad. Su contribución es esencial para alcanzar los objetivos institucionales, respaldando con su pericia, formación, experiencia y calidad humana en todas las facetas vinculadas directa o indirectamente a sus respectivas áreas de responsabilidad, como la planificación, organización, desarrollo y coordinación.

La introducción de avances tecnológicos en ELEPCO S.A. ha desempeñado un papel esencial en el adecuado progreso institucional, que continúa avanzando y expandiéndose diariamente. En términos operativos, estos avances han posibilitado la supervisión y operación remota de los equipos del sistema eléctrico a través del sistema SCADA. A través de la innovación tecnológica, ELEPCO S.A. busca satisfacer las necesidades tanto de los clientes internos como externos, adaptándose de esta manera a las demandas contemporáneas.

La finalidad de una empresa pública como esta es proporcionar servicios de calidad mediante un sistema de administración adecuado, garantizando el suministro de energía eléctrica y apoyando el desarrollo de diversas actividades económicas relacionadas con la producción.

Fundada el 25 de noviembre de 1983, la Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A. inició operaciones el 1 de febrero de 1984, suministrando inicialmente energía eléctrica a través de una pequeña planta hidráulica. A lo largo de 39 años, la empresa ha expandido ordenada y seguramente la provisión de servicios básicos a la mayoría de los habitantes de la zona urbana, aunque aún queda pendiente la extensión de estos servicios a gran parte de la zona rural.

A pesar de su relativamente corto tiempo de operación, la Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A. ha enfrentado desafíos internos en su estructura organizacional que no ha estado alineada con la planificación del desarrollo territorial en el cantón La Maná. El crecimiento poblacional ha generado nuevos desafíos en la atención que brinda la empresa, siendo imperativo mejorar los procedimientos administrativos para satisfacer la creciente demanda de usuarios que se acercan a la institución. Entre los principales inconvenientes que se presentan se tiene las interrupciones en el servicio eléctrico, ya sean programadas o no, pueden ser una gran fuente de frustración para los clientes, estas interrupciones frecuentes pueden tener un impacto significativo en la vida cotidiana de los clientes, afectando su trabajo, sus estudios, sus actividades recreativas y su seguridad lo que a su vez condiciona que su percepción del servicio prestado sea negativa.

La calidad del servicio eléctrico también es otro inconveniente como tal, los clientes pueden experimentar problemas con la tensión, la frecuencia o la estabilidad del suministro eléctrico, lo que ocasiona que se dañen los equipos eléctricos y causar otros inconvenientes. Sin embargo quizás el problema principal que aqueja a la empresa es la atención al cliente, factor que afecte la percepción de la calidad del servicio eléctrico, esto debido a que en ocasiones, no son atendidos de la manera adecuada, ni logran soluciones inmediatas a sus inconvenientes sino que los empleados de la empresa demoran, lo que ocasiona que los clientes pueden estar descontentos con el tiempo de espera para ponerse en contacto con el servicio al cliente, la resolución de sus problemas o la información que reciben.

5.1 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de percepción por la calidad del servicio de energía eléctrica prestado por la empresa ELEPCO SA el cantón La Maná?

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo General

Analizar la calidad del servicio percibido por los clientes de ELEPCO S.A en el cantón La Maná.

6.2 Objetivos específicos

- ❖ Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio prestado por la empresa ELEPCO S.A para conocer la percepción de los usuarios.
- ❖ Determinar, el grado de satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad del servicio comercial de energía eléctrica para fortalecer aspectos claves que contribuyan a la mejora del servicio en el cantón La Maná.
- ❖ Realizar una propuesta destinada a la mejoría de la calidad del servicio de electricidad prestado por ELEPCO. S.A.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS.

Tabla 2 Actividades en relación a los objetivos específicos.

Objetivo	Actividades	Cronograma	Producto
Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio prestado por la empresa ELEPCO S.A para conocer la percepción de los usuarios.	Elaboración de una matriz FODA Elaboración de instrumentos de recolección de información	1 semanas	Matriz FODA
Determinar, el grado de satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad del servicio comercial de energía eléctrica para fortalecer aspectos claves que contribuyan a la mejora del servicio en el cantón La Maná.	Diseño de instrumentos para recolección de información Elaboración del instrumento Aplicación de la encuesta (Cuestionario de la calidad del servicio. Servqual)	2 semanas	Cuestionario SERVQUAL Base de datos en Excel
Realizar una propuesta destinada a la mejoría de la calidad del servicio de electricidad prestado por ELEPCO. S.A.	Elaboración de una propuesta con sugerencias que contribuyan a mejorar la calidad del servicio prestado y la satisfacción de los usuarios.	3 semanas	Plan de acción

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 Antecedentes Investigativos

Proyecto 1. La percepción de la calidad de servicio en ELECTRICARIBE S.A en Barranquilla (2020).

En Colombia, Cespedes y Hoyos, (2020) en su trabajo titulado La percepción de la calidad de servicio en ELECTRICARIBE S.A en Barranquilla, el cual tuvo por finalidad conocer la percepción de los usuarios, debido a constantes quejas por parte de la ciudadanía, en ese orden de ideas, este artículo expone la percepción de la calidad del servicio en Electricaribe S.A. bajo el modelo Servqual con la finalidad de generar un panorama holístico respecto a los principales puntos en los cuales se presentan mayor número de clientes no conformes, a través de la encuesta donde se contemplaron las dimensiones del modelo Servqual para servicio públicos: Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles. En conclusión, los resultados mostraron la no conformidad de los usuarios, tienen una percepción muy baja de estas dimensiones, lo que hace evidente las razones por las cuales fue intervenida por el ente regulatorio. Asimismo, Electricaribe tiene muchas oportunidades de mejora para prestar un servicio de alta calidad.

Proyecto 2. Análisis de la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, Guayaquil–2020 Montesdeoca y Cedillo, (2020).

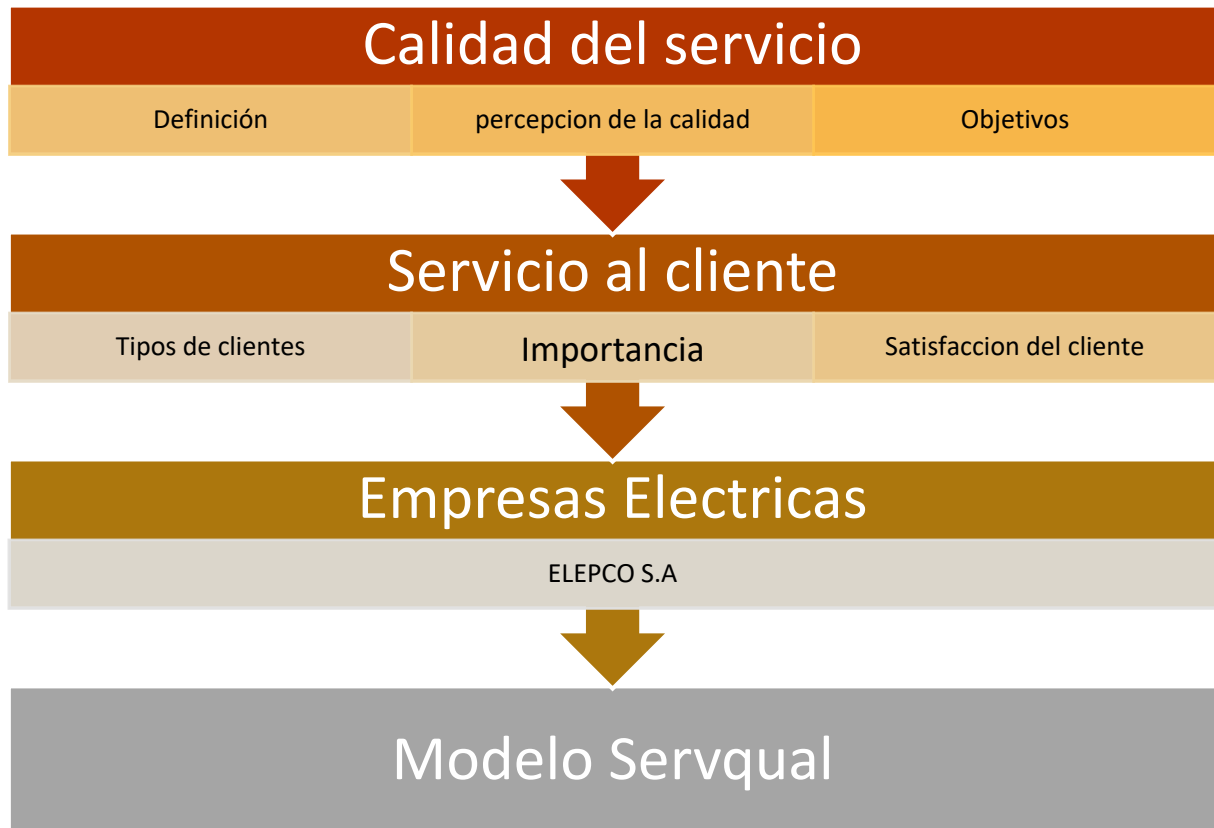
El presente trabajo de investigación busca analizar la percepción que tienen los usuarios externos sobre la calidad de servicio brindado por la empresa eléctrica pública estratégica corporación nacional de electricidad CNEL EP en el periodo 2020. El método investigativo aplicado fue de enfoque cuantitativo, con la aplicación del modelo SERVPERF. La muestra considerada fue de 100 usuarios; a los cuales se les realizó una encuesta con la finalidad de obtener información que nos permita analizar y conocer las percepciones y el nivel de satisfacción obtenido en cuanto a la calidad del servicio brindado en esta entidad. De acuerdo al análisis realizado se puede concluir que la situación actual de la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, en cuanto a la calidad de servicio brindado es regular – alta.

El análisis de Céspedes y Hoyos se basa en el modelo Servqual, que incluye dimensiones como Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles, este marco sirvió como guía para la identificación de dimensiones críticas en la percepción de calidad del servicio de energía eléctrica en el Cantón La Maná, al utilizar dimensiones similares permitió una comparación más efectiva entre los resultados de ambos estudios. El estudio en Barranquilla reveló no conformidades significativas por parte de los usuarios, lo que llevó a una intervención regulatoria, este hallazgo podría proporcionar una lección valiosa para el proyecto al resaltar la importancia de abordar las preocupaciones de los usuarios de manera proactiva y efectiva. El hecho de que Electricaribe tenga "muchas oportunidades de mejora" según el estudio ofrece una perspectiva positiva para el proyecto en el Cantón La Maná, ya que en base a los datos se generaron estrategias y acciones específicas para mejorar la calidad del servicio eléctrico, teniendo en cuenta las lecciones aprendidas de la intervención en Barranquilla.

El hecho de que Montesdeoca y Cedillo hayan utilizado un enfoque cuantitativo y el modelo SERVPERF en su investigación inspiraron al proyecto actual a aplicar métodos similares, la metodología proporcionó una estructura sólida para recolectar datos objetivos y cuantificables sobre la percepción de calidad del servicio, así mismo, los resultados obtenidos en Guayaquil sirvieron como referencia para la interpretación de datos y la identificación de áreas clave a considerar. La comparación puede revelar similitudes o diferencias en las percepciones de calidad del servicio en distintas regiones, lo cual podría ser útil para entender mejor el contexto local, en resumen, el proyecto actual aprovechó la experiencia y metodología del estudio realizado en Guayaquil para fortalecer su propio análisis de percepción de calidad del servicio en el sector de energía eléctrica.

8.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Figura 1. Categorías fundamentales



Elaborado por: las autoras.

8.2.1 Calidad

A lo largo de los años, el concepto de calidad ha experimentado cambios, influyendo tanto en su función como en su alcance y objeto de control, en la actualidad, para Mendoza y Vele (2019) la calidad se define como “un modelo de gestión y un enfoque directivo implementado por empresas líderes” (p. 6)

La calidad puede abordar diversos aspectos de la actividad organizativa, ya sea el producto o servicio, el proceso, la producción o el sistema de prestación del servicio, e incluso puede ser entendida como una filosofía que impregna toda la empresa (Céspedes et al. 2020).

La calidad ha sido una presencia constante en la vida diaria de las personas y resulta de las características totales del producto y del servicio, abarcando áreas como mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento, de esta manera, la calidad se manifiesta cuando el producto o servicio, en su uso, cumple con las expectativas del cliente.

La calidad es esencial para la competitividad y la supervivencia de cualquier organización, en el caso de una empresa eléctrica, la calidad puede manifestarse en la confiabilidad del suministro de energía, la precisión de la facturación y la capacidad de respuesta ante problemas técnicos, mejorar la calidad puede conducir a una mayor satisfacción del cliente, lealtad y reputación positiva.

8.2.2 Objetivos de la calidad

Los objetivos de la calidad se centran en lograr estándares consistentemente altos en la entrega de productos o servicios, esto incluye la minimización de defectos, la mejora continua, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, por ello establecer objetivos claros de calidad proporciona un marco para la toma de decisiones y el rendimiento organizacional (Pingo, et al. 2020).

Los objetivos de la calidad son metas específicas y medibles establecidas por una organización con el propósito de mejorar y mantener altos niveles de calidad en sus productos, servicios o procesos, estos objetivos están diseñados para alinear las operaciones y actividades de la empresa con las expectativas y necesidades de los clientes, así como con estándares internos y externos de calidad, pueden abordar diferentes dimensiones, como la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente, la reducción de defectos y la mejora continua (Pincay, 2020).

- ***Enfoque en la Satisfacción del Cliente:*** Un objetivo común de la calidad es mejorar la satisfacción del cliente. Al establecer metas para aumentar la satisfacción del cliente, las organizaciones buscan garantizar que los productos o servicios no solo cumplan, sino que también superen las expectativas de los clientes, fomentando así la lealtad y la retención.
- ***Eficiencia Operativa:*** Los objetivos de calidad a menudo incluyen metas relacionadas con la eficiencia operativa, como la reducción de defectos, la optimización de procesos y la minimización de costos. Estos objetivos buscan mejorar la eficacia interna y garantizar la entrega consistente de productos o servicios de alta calidad.
- ***Mejora Continua:*** Otro objetivo clave es la búsqueda constante de la mejora continua. Las organizaciones establecen metas para la mejora continua para impulsar la innovación, la eficiencia y la adaptabilidad a medida que evolucionan las expectativas del cliente y cambian las condiciones del mercado.

- **Conformidad con Estándares:** Los objetivos de calidad también pueden centrarse en garantizar la conformidad con estándares y regulaciones específicas de la industria. Esto es crucial para garantizar la legalidad y la seguridad, así como para mantener la reputación y la integridad de la organización.
- **Participación del Personal:** Incluir objetivos relacionados con la capacitación y participación del personal refleja el reconocimiento de que la calidad está intrínsecamente vinculada al desempeño y la motivación de los empleados. Un personal capacitado y comprometido es fundamental para garantizar la calidad en todos los niveles de la organización.

Los objetivos de la calidad son esenciales para la gestión efectiva de la calidad en una organización, en primera instancia proporcionan una dirección clara y sirven como referencia para la toma de decisiones y la planificación estratégica, por otro lado, al ser específicos y medibles, los objetivos de calidad permiten evaluar el rendimiento de la organización y realizar ajustes según sea necesario, además, la alineación de estos objetivos con las expectativas del cliente contribuye a mejorar la competitividad y la posición en el mercado.

8.2.3 Enfoques de calidad

Este enfoque se centra específicamente en la perspectiva del consumidor, abordando sus expectativas y, en particular, incorporando factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio, no obstante, es esencial considerar que esta medida es la más compleja de todas, dado que las personas pueden asignar importancia variable a las propiedades de un bien o servicio, lo que dificulta la estimación de las expectativas, especialmente cuando los propios usuarios y consumidores a veces no las conocen de antemano. Esto es más evidente cuando se trata de productos o servicios de compra o uso poco frecuente (Cruz, 2023).

La definición de calidad como la satisfacción de expectativas se aparta del enfoque convencional que se centra en el cumplimiento de las especificaciones del producto, en su lugar, se orienta hacia un concepto subjetivo basado en la percepción del cliente., sin embargo, la dificultad radica en establecer un estándar básico debido al componente altamente subjetivo, ya que los consumidores tienen distintas necesidades y expectativas, y la percepción de calidad varía para cada uno de ellos (Pingo, et al.2020).

El aseguramiento de la calidad se posiciona como un elemento distintivo, como se ha señalado anteriormente, y el éxito de las empresas se basa en dos aspectos cruciales: el diseño de bienes y servicios, y el control de calidad durante la ejecución de la manufactura y la prestación de servicios (Mendoza y Vele, 2019).

La importancia de la calidad, desde cualquier perspectiva, radica en que representa un estándar para el mejoramiento continuo de las empresas, esto implica que la entidad debe mantenerse a la vanguardia en todos los aspectos para superar las expectativas de los clientes o usuarios, ya sea en relación con un producto o un servicio.

8.2.4 La calidad como valor agregado

La relevancia de la calidad se fundamenta principalmente en establecer un margen de preferencia entre el público objetivo, logrando así la lealtad de los clientes, actualmente en un entorno empresarial altamente competitivo, caracterizado por la introducción constante de nuevas formas de consumo, las empresas deben competir diariamente para asegurar un factor diferencial que les permita ganarse la preferencia de los clientes (Carvajal, et al. 2019).

Según este criterio, la calidad se ajusta directamente a las circunstancias individuales que experimenta el consumidor y a la utilidad que le aporta en un momento específico, por lo tanto, este enfoque se centra en la satisfacción de los propósitos fundamentales del consumidor, sin embargo, también tiene en cuenta los cambios en las preferencias del consumidor que surgen con el tiempo, como las distintas necesidades que una persona puede tener en diferentes etapas de su vida (Morveli y Boluarte, 2021).

Estas definiciones resaltan la relación entre las expectativas y la evaluación de la calidad, sugiriendo que la gestión de la calidad no solo debe enfocarse en mantener un estándar constante, sino también en gestionar y gestionar las expectativas de manera efectiva. Además, destaca la naturaleza evolutiva de la percepción de calidad, que puede ser influenciada por factores externos y las interacciones continuas con la empresa.

8.2.5 Calidad como servicio

La calidad de un producto o servicio se refiere a alcanzar la conformidad o adecuación de todas las características y atributos de dicho producto o servicio con las necesidades y expectativas del cliente. Las características inherentes a la calidad son aquellas habilidades que permiten a la empresa producir un producto de calidad y brindar un servicio de calidad (Quispe, 2021).

Este concepto implica cumplir de manera sistemática con los requisitos establecidos, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Esto incluye considerar componentes como las expectativas y necesidades razonables de los clientes, a un precio que sea igual o inferior al que están dispuestos a pagar, basándose en el valor que han recibido o percibido. Por lo tanto, implica un proceso constante de búsqueda de la excelencia con compromiso, comenzando con esfuerzos individuales para luego llevarlos a cabo de manera colectiva y así obtener plenamente las características específicas (Carvajal, et al. 2019).

En el caso de la calidad en el servicio, se refiere al dinamismo continuo en la búsqueda de la excelencia en las actividades e interacciones generadas en el proceso de prestación del servicio, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de quienes buscan el servicio.

8.2.6 Percepción de la calidad

La percepción de la calidad se refiere a cómo los clientes interpretan y evalúan la calidad de un producto o servicio, puede estar influenciada por las expectativas previas, las experiencias pasadas y las comunicaciones de la empresa, la gestión efectiva de la percepción de la calidad implica alinear las expectativas del cliente con la realidad del servicio ofrecido.

La percepción de la calidad se refiere a la evaluación subjetiva que los clientes hacen sobre la excelencia o deficiencia de un producto o servicio, basándose en sus experiencias, expectativas y comparaciones con otras ofertas similares en el mercado. Esta percepción no solo se limita a aspectos tangibles, como la funcionalidad del producto o la eficacia del servicio, sino que también abarca elementos intangibles, como la atención al cliente, la confiabilidad y la imagen de la marca.

Estas definiciones destacan la naturaleza subjetiva de la percepción de la calidad, indicando que la evaluación se realiza desde la perspectiva individual de cada cliente. Además, subraya la importancia de las experiencias previas y las expectativas en la formación de esta percepción, lo que implica que la gestión de la calidad debe ser proactiva y centrada en las necesidades y deseos del cliente. Para una empresa eléctrica, entender y gestionar la percepción de la calidad es crucial, la comunicación transparente sobre interrupciones programadas, la claridad en las facturas y la respuesta efectiva a problemas técnicos contribuyen a una percepción positiva de la calidad del servicio.

8.2.6 Servicios

Un servicio se refiere a una prestación, esfuerzo o acción, y a menudo se confunden los conceptos con bienes o productos, considerándose el servicio como algo independiente de ellos. Además, toda actividad empresarial resulta en la creación de un producto, que puede ser un bien o un servicio, en consecuencia, los bienes y los servicios son manifestaciones de actividades distintas (Ubilla, 2019).

Fundamentalmente, se define un servicio como una secuencia de actividades que proporcionan beneficios o satisfacciones implícitas junto con los bienes, estos servicios se caracterizan por ser intangibles, pueden identificarse de manera aislada, brindan satisfacción y no están necesariamente vinculados a la venta de bienes (Carvajal, et al. 2019).

Cuando se exploran las definiciones, se concluye que un servicio es cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra, representando un beneficio y siendo esencialmente intangible, sin generar la propiedad de algo, la apreciación de los servicios varía según el usuario que los percibe.

8.2.7 Cliente o consumidor

Los clientes son toda persona física o jurídica que compran productos o reciben un servicio, estas personas se caracterizan por buscar, poseer o adquirir un producto de manera directa con una empresa con la cual mantiene estrecha relación comercial y de esta manera adquiere un servicio o producto que satisfaga sus necesidades, de la misma manera están personas se convierten en los famosos grupos focales por las que las empresas buscan mantenerlas dentro de sus clientes potenciales, ya que estos permiten que las empresas sean más competitivas (Alcázar, 2019).

Para Sharán (2019) un usuario es “aquella persona que frecuentemente utiliza el producto o servicio” (p.8), siendo este tema fundamental dentro de los sistemas de información.

Por su parte Arenal (2019) opina que un usuario “es la persona que goza regularmente de un servicio o producto” (p.12), y finalmente (Carvajal, et al. (2019) consideran que el usuario es “la parte fundamental para la empresa debido a que siempre se ofrecen servicios” (p.31)

Los clientes son aquellas personas que acceden a un determinado producto o servicio por medio de una transacción financiera, así mismo el cliente es aquel grupo que genera que un producto obtenga mayor alcance de ventas ya que estos compran un producto o servicio de la empresa ayudando a que crezca su rentabilidad, genere más productos, y que logre mantenerse en el mercado, un punto importante son sus colaboradores, ellos son quienes se merecen la mayor parte del crédito ya que gracias a ellos y su esfuerzo la empresa se mantiene a flote, además son quienes comparten con el cliente y de la misma manera generan su fiabilidad.

8.2.7.1 Tipos de clientes

Los clientes actuales pueden ser individuos, empresas u organizaciones que realizan compras de manera periódica o que lo hicieron recientemente a la empresa, estos clientes constituyen la base de las ventas actuales y, por ende, son la principal fuente de ingresos que la empresa está recibiendo en el presente (Carrasco, 2019).

Por otro lado, se tiene los clientes potenciales que son aquellas personas que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar (López, 2020).

También son parte esencial de la organización pues adquieren los productos y permiten que la empresa funcione, por lo que se convierten en el estudio de las empresas ya que permiten generar características esenciales que aporten mayor beneficio a las empresas, descubriendo mediante estudios cuales son las necesidades y de esta manera poder cumplirlas, los clientes son aquellas personas hacia las que están dirigidos los esfuerzos de la empresa para lograr satisfacerlos cumpliendo con sus necesidades.

8.2.8 Servicio o atención al cliente

Según Carrasco (2019) la atención al cliente

Es conocida como una herramienta fundamental dentro del marketing, ya que es la que ayuda a generar ventas y a fundamentar los puntos clave para generar la conexión con los clientes conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, mediante canales creados por la empresa para poder interactuar con ellos (p.8)

Por otra parte, el comportamiento también se lo puede determinar por las decisiones de compra a partir de los recursos que cada familia dispone, ya que este determina que compra, porque compra, donde y con qué frecuencia compra, es decir que el dinero es un factor decisor al momento que un consumidor se encuentra en el punto de venta, y este hace que el consumidor elija un determinado producto (Cruz, 2023).

La atención al cliente según López (2020) se refiere específicamente “a la forma en cómo se presta un servicio, ya que es lo que hace que el cliente tenga una buena o mala impresión de quienes le han brindado asistencia” (p.6) en tal caso depende mucho de la satisfacción del cliente ya que se debe cumplir a cabalidad sus necesidades permitiendo que estas mejoren su visión ante el servicio.

El servicio al cliente es la parte fundamental y caracterizada para una empresa donde permite evaluar al cliente su imagen e influencia que tiene de la empresa, por ende, la importancia y atención que se le brinda influye mucho en el ámbito personal del cliente, por el cual se evalúa las expectativas, capacidades, actitudes, que presentan al momento de brindar un servicio.

8.2.9 Importancia de la atención al cliente

La atención al cliente es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y anticipan las necesidades de sus clientes, esta es una estrategia que se genera ya que lo clientes que se acercan a las empresas están más que seguros de malgastar su dinero por adquirir un producto o servicio, el cliente es importante para cada empresa, siempre ayuda a generar ventajas y rentabilidad a la empresa (Salazar, et al. 2019).

Esta importancia radica en que las empresas deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, es decir que los clientes son importantes, ya que representan la imagen de esta, si un cliente está satisfecho del servicio o bien adquirido va a dar a conocer su preferencia, pero si este no le agrada lo percibido será uno de los famosos llamados clientes insatisfechos, mismos que dan a conocer que la empresa no es apta, logrando de esta manera perjudicarla (Sánchez y Navarro, 2021).

La atención al cliente se refiere específicamente a la forma en cómo se presta un servicio, ya que es lo que hace que el cliente tenga una buena o mala impresión de quienes le han brindado asistencia (Arenal, 2019).

Las características de la atención al cliente son pautas, para poder lograr una buena conexión con ellos, mejorando su desempeño en las empresas dando así un mayor reconocimiento ante los mismos lo cual genera mejores resultados. Por lo tanto, se recomienda aplicarlas para lograr éxito en la empresa y la relación con sus clientes.

Se refiere a la diferencia entre las expectativas que tienen los consumidores y sus percepciones respecto al encuentro real con el servicio, esta brecha engloba las ideas que se forman los clientes, ya sean positivas o negativas, como resultado de la experiencia con el uso de un producto o servicio y la misma es influenciada por factores tanto bajo el control de la empresa como por elementos del entorno externo (Carrasco, 2019).

La satisfacción del cliente se puede definir como el nivel de satisfacción de un individuo, derivado de comparar el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas, los beneficios de tener clientes satisfechos son variados: un cliente contento tiende a ser leal a la empresa, probablemente realizará compras repetidas y compartirá sus experiencias positivas con otras personas en su entorno. Por esta razón, es crucial monitorear de forma regular las expectativas del cliente para que la empresa se mantenga actualizada en su oferta y pueda proporcionar lo que el comprador está buscando (Morveli y Boluarte, 2021).

Los autores, consideran que la satisfacción del cliente debe ser el objetivo primordial de toda empresa, y resulta beneficioso para la misma, debido a que es una de la mejor manera de realizar su promoción, y por ende la consecución de nuevos clientes.

8.2.10 Satisfacción de los usuarios

La satisfacción del cliente es una inquietud que las empresas siempre poseen debido a que los clientes cada vez se vuelven más exigentes, buscan productos o servicios que satisfagan su necesidad, está ligada a la calidad y presentación del producto o servicio que logre captar la atención al cliente mediante el cumplimiento de sus necesidades, toda empresa tiene la responsabilidad de lograr cumplir las expectativas de los clientes (Silva-Treviño, 2021).

La satisfacción de los usuarios se refiere al grado de cumplimiento, contento o gratificación que experimentan los clientes o usuarios de un producto, servicio o experiencia específicos, se considera una medida subjetiva que refleja la percepción positiva que los usuarios tienen respecto a la calidad, utilidad y valor que reciben de una oferta determinada, no solo se centra en el momento de la compra o uso, sino también en la evaluación continua de la experiencia a lo largo del tiempo, lo que puede influir en la lealtad y la recomendación del cliente.

La satisfacción de los usuarios es esencial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización, un alto nivel de satisfacción indica que las expectativas y necesidades del usuario han sido cumplidas o superadas, lo que puede resultar en la retención del cliente, la lealtad a la marca y la generación de comentarios positivos, por otro lado, la insatisfacción, puede llevar a la pérdida de clientes y tener un impacto negativo en la reputación de la empresa, por estas razones es vital la medición y gestión continua de la satisfacción del usuario son aspectos clave de la estrategia de atención al cliente y de la gestión de la calidad.

8.2.10.1 Importancia de la satisfacción de los usuarios

La satisfacción del cliente es importante estudiarla puesto que si un cliente es bien atendido jamás dejará su fidelidad con la empresa, toda empresa debe conocer la importancia de satisfacer al cliente de manera que esta no influya negativamente ya que cada cliente busca lugares donde se encuentre a gusto, de esta manera se podrá conocer nuevos clientes (Carvajal, et al. 2019).

El cliente bien satisfecho por parte de una organización, siempre estará en primer lugar en su mente, por eso se considera como requisito indispensable la importancia de la satisfacción del cliente al momento de adquirir un servicio o producto. Se expresa que es de vital importancia conocer la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, Una organización debe saber que tan satisfecho quedan los clientes con sus servicios o productos,

deben generar esas varias interrogantes y hacer estudios para lograr la satisfacción de las expectativas de los clientes (Salazar et al. 2019).

Es de suma importancia atender todas las sugerencias del cliente, de ellos depende que un producto o servicio sea reconocido ante el mercado, las personas se basan en sus decisiones, las percepciones acerca de la calidad del producto o servicio, por ende las empresas buscan dirigir sus esfuerzos mediante promociones basadas en la excelencia con algún valor significativo hacia el cliente sin tomar en cuenta las remuneraciones que obtendrán si nos mas bien lanzar el producto para que obtenga un reconocimiento ante el mercado.

8.2.11 Percepción del consumidor

Cuando un cliente recibe la prestación de un servicio percibe realidades o evidencias del mismo, algunas pueden ser tangibles, como las derivadas del encuentro físico con el empleado que les atiende, con el establecimiento donde lo reciben o con la propia imagen corporativa de la empresa, pero también percibe la calidad del mismo (Arenal, 2019).

La percepción del usuario también se define como proceso mental que le permite organizar de una manera específica desde el interior de sí mismo, así como también de todo lo que consigue de quienes lo rodean, el autor ejemplifica con el servicio de enfermería denominándose a esto como la percepción del cuidado, donde se da una interrelación al momento de cuidar a otra persona (Herrera y Rosenberg, 2022).

La percepción de la calidad es un proceso por el que las personas interpretan y organizan las impresiones de sus sentidos con la finalidad de dar un significado al lugar en el que se desenvuelven, o en los sitios donde van a adquirir sus productos o servicios.

8.2.12 Comportamiento del consumidor

Para Carrasco (2019) “comportamiento del consumidor se refiere al comportamiento humano que mediante un proceso racional o irracional selecciona, compra, usa, y dispone de productos, ideas o servicios para la satisfacción de sus necesidades o deseos” (p.15)

El comportamiento del consumidor se refiere al estudio y análisis de las decisiones y acciones que llevan a cabo los individuos al seleccionar, comprar, usar o desechar productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos, aquí se examina factores que influyen en las elecciones del consumidor, como los aspectos psicológicos, sociales, culturales y económicos, con el objetivo de comprender mejor cómo los consumidores toman decisiones de compra y cómo estas decisiones impactan en los mercados y las empresas (Arenal, 2019).

El comportamiento del consumidor es un área clave para las empresas que buscan comprender las motivaciones y preferencias de sus clientes, por ende es vital, analizar este comportamiento permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing, desarrollo de productos y servicio al cliente para satisfacer las necesidades específicas de su audiencia objetivo, además, el mismo al ser dinámico, puede cambiar con el tiempo, lo que destaca la importancia de una investigación continua para mantenerse al tanto de las tendencias y evoluciones en las preferencias del consumidor.

8.2.13 Empresa Eléctrica

Las empresas eléctricas tienen un papel importante en la economía, ya que suministran energía eléctrica a hogares, empresas y otros consumidores. La energía eléctrica es una fuente de energía esencial para el desarrollo económico y social

8.2.13.1 Funciones de una empresa eléctrica.

Las principales funciones de una empresa eléctrica son las siguientes:

- **Generación de energía eléctrica:** las empresas eléctricas generan energía eléctrica a partir de diferentes fuentes, como combustibles fósiles, energías renovables y nuclear.
- **Transmisión de energía eléctrica:** las empresas eléctricas transportan la energía eléctrica desde las plantas de generación hasta los centros de distribución.
- **Distribución de energía eléctrica:** las empresas eléctricas entregan la energía eléctrica a los hogares, empresas y otros consumidores.
- **Mantenimiento de redes eléctricas:** las empresas eléctricas realizan el mantenimiento de las redes eléctricas para garantizar la seguridad y la eficiencia del servicio.

Las empresas eléctricas tienen un impacto significativo en la economía y el medio ambiente. Las empresas eléctricas contribuyen al crecimiento económico al proporcionar energía eléctrica a los hogares, empresas y otros consumidores. Las empresas eléctricas también pueden contribuir a la protección del medio ambiente al utilizar fuentes de energía renovables.

8.2.14 ELEPCO S.A

ELEPCO S.A es una empresa eléctrica pública de Ecuador. Es una empresa filial de la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL, 2023). ELEPCO S.A opera en la provincia de Cotopaxi, y suministra energía eléctrica a más de 200.000 clientes y tiene una amplia gama de servicios, que incluyen: Generación de energía eléctrica, Transmisión de energía eléctrica.

- Distribución de energía eléctrica
- Mantenimiento de redes eléctricas

ELEPCO S.A está comprometida con la prestación de un servicio de calidad a sus clientes. La empresa trabaja constantemente para mejorar la eficiencia de sus operaciones y la calidad de su servicio.

8.2.15 Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de 1980, es un marco teórico ampliamente utilizado para medir la calidad de los servicios. Este modelo se centra en las expectativas y percepciones de los clientes para evaluar la calidad de un servicio.

El modelo SERVQUAL se basa en la brecha entre las expectativas y percepciones del cliente en cinco dimensiones clave de servicio, conocidas como las dimensiones de calidad del servicio.

8.2.15.1 Dimensiones de Calidad del Servicio:

Para las dimensiones de la calidad del servicio abarcan las siguientes

- a) **Tangibilidad:** Se refiere a la apariencia física de las instalaciones, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Clientes perciben la Tangibilidad del servicio a través de elementos tangibles.

- b) **Fiabilidad:** La capacidad del proveedor de servicios para ofrecer un servicio confiable y preciso, cumpliendo las promesas realizadas al cliente.
- c) **Capacidad de respuesta:** La disposición del personal a ayudar y brindar un servicio rápido en situaciones diversas, mostrando atención y disposición ante las necesidades del cliente.
- d) **Seguridad:** La habilidad del proveedor de servicios para generar confianza y seguridad en los clientes, garantizando la privacidad y la exactitud en la ejecución del servicio.
- e) **Empatía:** La atención personalizada y el interés que muestra el personal del servicio hacia las necesidades individuales de los clientes.

El modelo SERVQUAL se ha utilizado extensamente en diversos sectores, como la banca, el turismo, la salud, entre otros, proporciona a las organizaciones una herramienta para identificar áreas de mejora y diseñar estrategias que eleven la calidad del servicio ofrecido. La retroalimentación constante de los clientes es esencial para ajustar y mejorar continuamente los servicios, cerrando las brechas de calidad y adaptándose a las cambiantes expectativas del mercado.

Importancia del Modelo SERVQUAL:

El modelo SERVQUAL, es importante porque se centra en

- **Medición de la Calidad del Servicio:** El modelo SERVQUAL proporciona una estructura sistemática para medir la calidad del servicio, permitiendo a las organizaciones evaluar de manera cuantitativa y cualitativa cómo los clientes perciben la calidad en diversas dimensiones.
- **Identificación de Brechas de Servicio:** Ayuda a identificar las brechas entre las expectativas y las percepciones del cliente, lo que permite a las organizaciones entender en qué áreas específicas no están cumpliendo con las expectativas y tomar medidas correctivas.
- **Enfoque en la Experiencia del Cliente:** Al centrarse en las dimensiones clave de la calidad del servicio, el modelo SERVQUAL promueve un enfoque centrado en el cliente, reconociendo que la calidad del servicio es un aspecto clave de la experiencia general del cliente.

Usos del modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL es una herramienta valiosa para las organizaciones que buscan entender y mejorar la calidad de sus servicios, a continuación se detallan sus usos.

- **Mejora Continua:** El modelo SERVQUAL se utiliza como una herramienta para la mejora continua, identificando áreas específicas en las que una organización puede enfocarse para elevar la calidad del servicio y satisfacer las expectativas del cliente.
- **Diseño de Estrategias de Servicio:** Ayuda a diseñar estrategias efectivas de servicio al cliente al resaltar las dimensiones clave que influyen en la percepción del cliente. Las organizaciones pueden personalizar sus estrategias según las necesidades identificadas.
- **Evaluación Comparativa:** Permite a las organizaciones realizar evaluaciones comparativas, tanto internas como externas, para medir su desempeño en relación con la competencia y las expectativas del mercado.
- **Capacitación del Personal:** Identifica áreas en las que el personal puede necesitar capacitación adicional para mejorar la interacción con los clientes y cumplir con las expectativas de servicio.

Se aprecia en base a los autores, que el modelo SERVQUAL ofrece una estructura integral para entender, medir y mejorar la calidad del servicio, centrándose en las dimensiones críticas que influyen en la percepción del cliente, su aplicación efectiva puede ayudar a las organizaciones a fortalecer la lealtad del cliente y mantener una ventaja competitiva en entornos de servicio altamente competitivos.

El modelo SERVQUAL es una herramienta valiosa para las organizaciones que buscan entender y mejorar la calidad de sus servicios. Proporciona una estructura sistemática para evaluar y abordar las expectativas del cliente, promoviendo una cultura centrada en el cliente y la mejora continua.

8.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La Constitución de la República, en su artículo 138, establece que "toda persona tiene derecho a acceder a los servicios públicos de calidad". Este derecho incluye el servicio eléctrico.

La Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE), en su artículo 2, establece que el servicio público de energía eléctrica debe ser prestado "de manera continua, eficiente, segura y de calidad". El artículo 3, por su parte, establece que los usuarios tienen derecho a recibir el servicio de energía eléctrica "de acuerdo con los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, continuidad, calidad, oportunidad y seguridad".

El Reglamento a la LOSPEE, en su artículo 11, establece que el servicio público de energía eléctrica debe cumplir con los siguientes parámetros de calidad:

- Continuidad: El servicio debe ser suministrado de forma continua, sin interrupciones injustificadas.
- Eficiencia: El servicio debe ser prestado de manera eficiente, con el mínimo de pérdidas y desperdicios.
- Seguridad: El servicio debe ser prestado de manera segura, sin riesgos para la salud o la integridad de las personas.
- Calidad: El servicio debe cumplir con los estándares de calidad establecidos por la ley.

LEY ORGANICA DEL SERVICIO PUBLICO DE ENERGIA ELECTRICA

Título I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- Propósito y alcance de la normativa. - El propósito de la presente legislación es asegurar que el servicio público de energía eléctrica cumpla con los principios constitucionales de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, calidad, sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. Para lograrlo, esta ley regula la responsabilidad del Estado en la planificación, ejecución, regulación, control y administración del servicio público de energía eléctrica. Asimismo, establece pautas para la participación de los sectores público y privado en

actividades relacionadas con este servicio, así como la promoción y ejecución de planes y proyectos con fuentes de energía renovable, y la implementación de mecanismos de eficiencia energética.

Art. 2.- Objetivos específicos de la legislación. - La presente ley tiene como objetivos específicos:

Asegurar la prestación del servicio público de energía eléctrica al consumidor o usuario final, abarcando las actividades de generación, transmisión, distribución, comercialización, importación y exportación de energía eléctrica.

Proporcionar a los consumidores o usuarios finales un servicio público de energía eléctrica de alta calidad, confiabilidad y seguridad, incluyendo el servicio de alumbrado público general según la normativa correspondiente.

Proteger los derechos de los consumidores o usuarios finales del servicio público de energía eléctrica.

Garantizar la gobernabilidad del sector mediante una estructura institucional apropiada, la definición clara de funciones y un sistema de rendición de cuentas.

Desarrollar mecanismos de promoción estatal que fomenten la utilización técnica y económica de recursos energéticos, con énfasis en las fuentes renovables. Se prioriza la promoción de la biomasa proveniente de residuos sólidos.

Establecer políticas de eficiencia energética que deben cumplir las personas naturales y jurídicas que utilicen la energía o provean bienes y servicios relacionados, con el objetivo de favorecer la protección del medio ambiente.

Diseñar mecanismos para garantizar la sustentabilidad económica y financiera del sector eléctrico.

Asegurar la igualdad y el uso generalizado de los servicios e instalaciones de transmisión y distribución.

Promover la electrificación de áreas rurales. Art. 4 - Derechos de los Consumidores o Usuarios Finales:

Los derechos de los consumidores o usuarios finales se establecen de la siguiente manera:

Recibir el servicio público de energía eléctrica de acuerdo con los principios constitucionales de eficiencia, responsabilidad, continuidad, calidad y precio equitativo.

Recibir la factura comercial de manera acorde a su consumo.

Presentar reclamaciones a la empresa eléctrica en caso de inconformidad con el servicio público recibido o los valores facturados y recibir una respuesta oportuna.

Ser informado oportunamente, mediante cualquier medio idóneo, sobre los trabajos o acciones que puedan resultar en la suspensión del servicio eléctrico.

Ser informado de manera oportuna sobre las tarifas aplicables a sus consumos.

Recibir un trato equitativo, no discriminatorio o abusivo durante la prestación del servicio público de energía eléctrica.

Contar con alumbrado público en las vías públicas, de acuerdo con la regulación emitida por la Agencia de Regulación y Control de Electricidad (ARCONEL).

Participar en audiencias públicas convocadas por el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable o la Agencia de Regulación y Control de Electricidad (ARCONEL).

Ser indemnizado por los daños causados debido a causas imputables a la calidad del servicio público de energía eléctrica suministrado por la empresa eléctrica de distribución y comercialización.

Art. 5 - Obligaciones de los Consumidores o Usuarios Finales:

Las obligaciones de los consumidores o usuarios finales incluyen:

Pagar puntualmente la factura de energía eléctrica.

Permitir el acceso al personal autorizado de la empresa eléctrica y organismos de control para verificar sus sistemas de medición y sus instalaciones.

Utilizar eficientemente la energía eléctrica.

Cuidar las instalaciones eléctricas que les permiten contar con suministro de electricidad y denunciar a quienes hagan uso incorrecto de las mismas.

Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás.

Cumplir con las condiciones establecidas por la empresa eléctrica, basadas en la ley, reglamentos y regulaciones, en cuanto al uso de la energía eléctrica y al suministro del servicio público.

Art. 6 - Normas Complementarias:

En materia eléctrica, se aplicarán las leyes que regulan el uso y aprovechamiento de los recursos naturales, la participación ciudadana, la protección del ambiente y otras de la legislación positiva ecuatoriana aplicable al sector eléctrico, en todo lo que no esté expresamente regulado en la presente ley.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Cuál es la percepción de los usuarios de ELEPCO S.A. respecto a la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles del servicio de energía eléctrica en la situación actual?

La mayoría de usuarios de ELEPCO S.A en cuanto a las dimensiones, fiabilidad, es decir la confianza que tienen en la empresa, un 51% considera que la percepción de la calidad es media, por su parte la seguridad, es decir lo seguro que se siente el cliente recibiendo el servicio, es media en un 56%, en cuanto a la Empatía, que es el trato que reciben por parte del personal, un 52% considera a la misma media, por otro lado, los aspectos tangibles, es decir lo relacionado con la infraestructura, el 46% manifiesta que su nivel de percepción el alto.

¿Cuál es el nivel de satisfacción general de los usuarios en cuanto a la calidad del servicio de energía eléctrica prestado por ELEPCO en el cantón La Maná?

En cuanto al nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio eléctrico, se aprecia que el 35% se muestra indiferente, por su parte el 32% se muestra satisfecho con el servicio eléctrico prestado por ELEPCO y un restante 33% se muestra insatisfecho. En base a estos datos se puede apreciar que la mayor parte de los clientes de la empresa, se muestran indiferente, seguidos de un amplio número que se muestra satisfecho y el restante de la población se muestra satisfecho.

¿Cuáles son las estrategias que podrían mejorar la continuidad del servicio de energía eléctrica en el cantón La Maná?

En primera instancia está el diseño de una propuesta con la finalidad de generar estrategias encaminadas en la capacitación del personal de la empresa en diversas áreas, desde el mantenimiento de equipos, así como de la atención al cliente, en donde presentan algunas falencias encontradas dentro del análisis situacional realizado a la empresa.

10. METODOLOGÍA EMPLEADA

10.1 Enfoque de investigación

En la presente investigación se tiene un enfoque mixto, Cuantitativo, porque para la recolección de información se utilizarán técnicas cuantitativas como la encuesta, así como métodos estadísticos para el análisis de la información. Cualitativo se basa en la recopilación y análisis de datos no numéricos, en este enfoque, se utilizan métodos cualitativos para comprender los fenómenos desde la perspectiva de los actores sociales (Iglesias, 2021).

En el presente estudio se utilizaron ambos enfoques, el cualitativo porque se miden cualidades como la percepción del servicio de energía eléctrica, y el cuantitativo porque se utilizó la técnica de encuesta la cual consiste en conocer el nivel de satisfacción en porcentajes y frecuencias absoluta, así mismo se utilizan datos cuantitativos que son presentados en gráficos y tablas con sus respectivas frecuencias.

10.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación se refiere al plan o estructura sistemática que se establece para llevar a cabo un estudio científico con el propósito de recopilar, analizar e interpretar datos. Este diseño proporciona la guía y la estructura necesarias para abordar de manera efectiva la pregunta de investigación o los objetivos del estudio (García-González, 2020).

El diseño de investigación utilizado es de tipo descriptivo, no experimental de cohorte transversal, esto indica que se va a describir la problemática, así como los resultados, no se interviene en las variables y la toma de los datos o recolección de información se la realiza solo una vez.

10.3 Tipos de investigación

10.3.1 Investigación descriptiva

También conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo (González y Gallardo, 2021).

Se centra en la recopilación y análisis de datos para describir la realidad tal como es en este caso se utilizó para la descripción de la problemática presentada, así como para los resultados obtenidos con los respectivos análisis.

10.3.2 Investigación Bibliografía – Documental

La investigación bibliográfica documental es un tipo de investigación que se basa en la recopilación y análisis de información ya publicada. Se utiliza para obtener información sobre un tema específico, sin necesidad de realizar nuevas observaciones o experimentos (Alvarez y Sierra, 2019).

Este tipo de investigación bibliográfica se utilizó para la búsqueda de toda la información necesaria en libros, tesis, fuentes de internet, artículos y demás, con el fin de encontrar estudios relacionados con el tema, además, para el caso del presente proyecto, la investigación bibliográfica se ha desarrollado mediante la revisión de toda la información secundaria existente sobre temas afines a la problemática, es decir, aspectos relacionados con la percepción del consumidor y la calidad del servicio que brinda la empresa Eléctrica.

10.3.3 Investigación de campo.

Según Alvarez y Sierra, (2019), se considera un proceso que permite la obtención de datos de la realidad misma donde se desarrolla un fenómeno, permitiéndolo estudiar sin necesidad de manipular sus variables” (p. 51).

La investigación fue de este tipo debido que durante la aplicación de la encuesta y recopilación de información sobre el proyecto es necesario ir al lugar de los hechos es decir encuestar a la ciudadanía para obtener los datos y de esta manera generar los resultados.

10.3.4 Investigación Aplicada

La investigación aplicada se centra en la aplicación práctica de los conocimientos generados a través de la investigación para resolver problemas específicos o abordar necesidades prácticas, teniendo un enfoque más orientado a la solución de problemas del mundo real.

La investigación aplicada se la utilizó para comprender el problema mediante la revisión teórica para comprender el objeto de estudio, así como integrar los métodos para el análisis de la información, aplicar instrumentos, mediante la aplicación de los conocimientos aprendidos.

10.4 Técnicas e instrumentos

Se refieren al camino a través del cual se establecen las relaciones o mediciones instrumentales entre el investigador y el consultado, para la recolección de datos y el logro de los objetivos.

10.4.1 Encuesta

Una encuesta es un procedimiento de investigación que consiste en recopilar información de un grupo de personas sobre un tema específico. Se realiza a través de un cuestionario, que es un documento que contiene una serie de preguntas que se le hacen a los encuestados (Ávila, et al, 2020).

Esta técnica fue destinada a obtener datos de los clientes de la empresa eléctrica. se aplicó a los ciudadanos del cantón La Maná que son usuarios del servicio cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, la cual se aplicó mediante un cuestionario por medio de Google Forms.

10.4.2 Entrevista

Se conoce como entrevista la conversación que sostienen dos o más personas que se encuentran en el rol de entrevistador y entrevistado, a fin de que el primero obtenga información relevante sobre un tema determinado (Ávila, et al. 2020).

La entrevista fue aplicada al encargado de ELEPCO la Maná con la finalidad de obtener datos sobre la calidad del servicio que presta la empresa.

10.4.3 Cuestionario

Un cuestionario es un documento que contiene una serie de preguntas que se les hacen a las personas con el fin de recopilar información sobre un tema específico. Las preguntas de un cuestionario pueden ser abiertas, cerradas o semicerradas (Guerrero y Guerrero, 2020).

El presente estudio se utilizó el cuestionario SERVQUAL es una herramienta de investigación que se utiliza para medir la calidad del servicio percibida por los clientes. El cuestionario fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988 y se basa en el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio:

- **Tangibles:** elementos físicos del servicio, como la apariencia de las instalaciones y los equipos.
- **Fiabilidad:** capacidad de la empresa para cumplir con las expectativas de los usuarios.
- **Capacidad de respuesta:** disposición de la empresa a ayudar a los usuarios y resolver sus problemas.
- **Seguridad:** confianza de los usuarios en que el servicio es seguro.
- **Empatía:** atención personalizada que la empresa brinda a los usuarios.

El cuestionario Servqual consta de 22 ítems, cada uno de los cuales mide una de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, el mismo fue adaptado acorde a los requerimientos de los servicios que brinda ELEPCO. Para la aplicación del cuestionario se desarrolló en la herramienta Google Forms.

10.5 Métodos de investigación

10.5.1 Método Analítico

Este enfoque implica dos procesos mentales complementarios: el análisis y la síntesis. el análisis se define como un método lógico que permite descomponer cognitivamente un conjunto en sus partes y cualidades, desglosando sus relaciones, propiedades y componentes diversos. (Luciano, et al. 2020).

Este método se encuentra dentro de la investigación por motivo que se ejecutó un análisis que posibilite estudiar las peculiaridades generales de todos los componentes de las variables estudiadas, es decir analizar todos los resultados obtenidos para posteriormente emitir las respectivas conclusiones.

10.5.2 Método deductivo

El método deductivo implica "obtener una conclusión a partir de una premisa o de una serie de proposiciones que se aceptan como verdaderas" (Guerrero y Guerrero, 2020).

El método deductivo fue utilizado para realizar las deducciones una vez que se conoció los principales inconvenientes que se dan dentro de la empresa, ELEPCO S.A, para de esta manera, encontrar las falencias que abarcan en todo el contexto del problema, se generó conclusiones y dar soluciones a la problemática existente.

10.6 Población y Muestra

10.6.1 Población

La población de clientes está constituida por la cantidad de clientes de ELEPCO S.A, que, según datos de la empresa, los cuales al 2022 fueron 153.805, los cuales para el 2023 se incrementaron 2788, teniendo un total de 156593, tal como se aprecia en la siguiente tabla con la proyección de clientes de ELEPCO S.A en los últimos 5 años.

Tabla 3 Clientes de ELEPCO S.A.

Año	2019	2020	2021	2022	2023
Clientes	144526	147415	152432	153805	156593

Fuente: Dirección de planificación de ELEPCO

10.6.2 Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra de clientes potenciales, se deben realizar los siguientes cálculos, basados en los clientes de ELEPCO S.A.

Datos:

n = Muestra esperada =?

N = Tamaño de la población a investigarse = 156.593

Z = Seguridad del 95% = 1.96

p = Proporción de éxito 50%

q = Proporción de fracaso $1 - p$ 50% = (1-0.5)

e = Margen de error del 5%

Fórmula

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

● **Cálculo de la muestra de los clientes de ELEPCO S.A**

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(156593)}{(0.05)^2(156592) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(156593)}{(0.0025)(156592) + (3.8416)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{150329.28}{391.48 + 0.9604}$$

$$n = \frac{150329.28}{392.44}$$

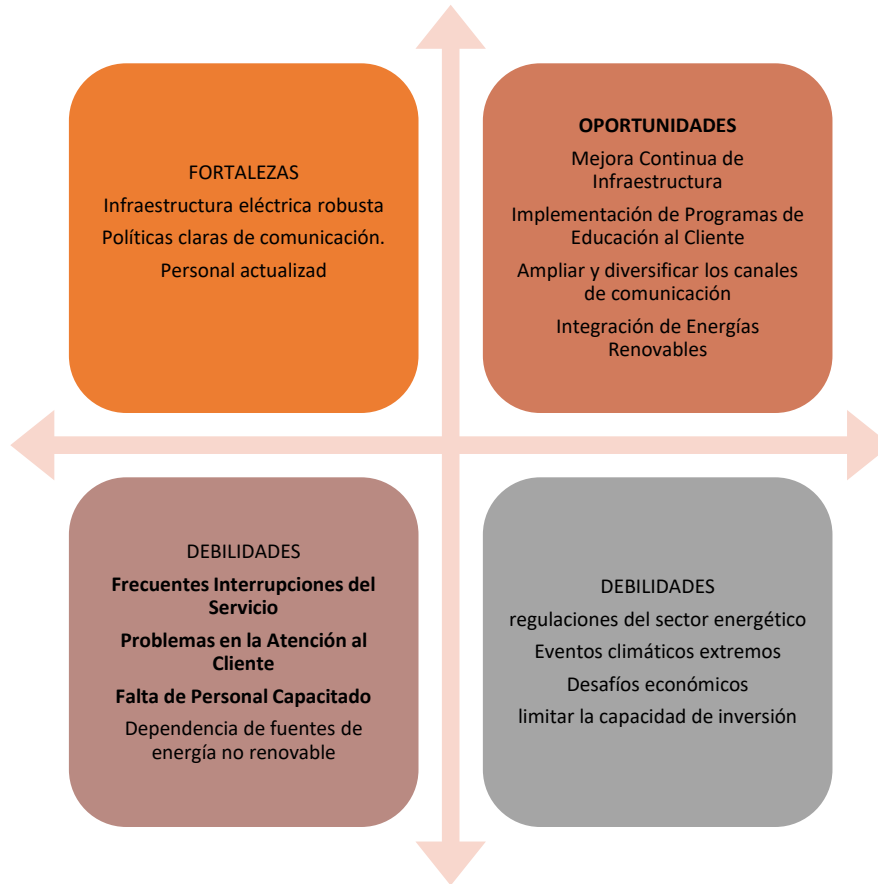
$$n = 400 \text{ usuarios}$$

La encuesta se aplicó a 400 usuarios con los cuales se procedió a la tabulación de los datos.

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1 Análisis situacional de ELEPCO

Tabla 4 Análisis FODA



Elaborada por: las autoras.

La empresa eléctrica debe aprovechar sus fortalezas, como su infraestructura confiable y atención al cliente eficiente, para capitalizar las oportunidades, como la mejora continua y la expansión de canales de comunicación, al mismo tiempo, debe abordar las debilidades, como las interrupciones del servicio y problemas en la atención al cliente, y gestionar las amenazas, para mantener y mejorar la percepción de calidad del servicio ofrecido, siendo vital, la implementación de estrategias proactivas, la inversión en mejoras tecnológicas y la atención a las demandas del mercado pueden contribuir significativamente a la calidad del servicio y a la satisfacción del cliente.

11.2 Análisis de la percepción de la calidad y satisfacción de lo usuarios

a. Datos sociodemográficos

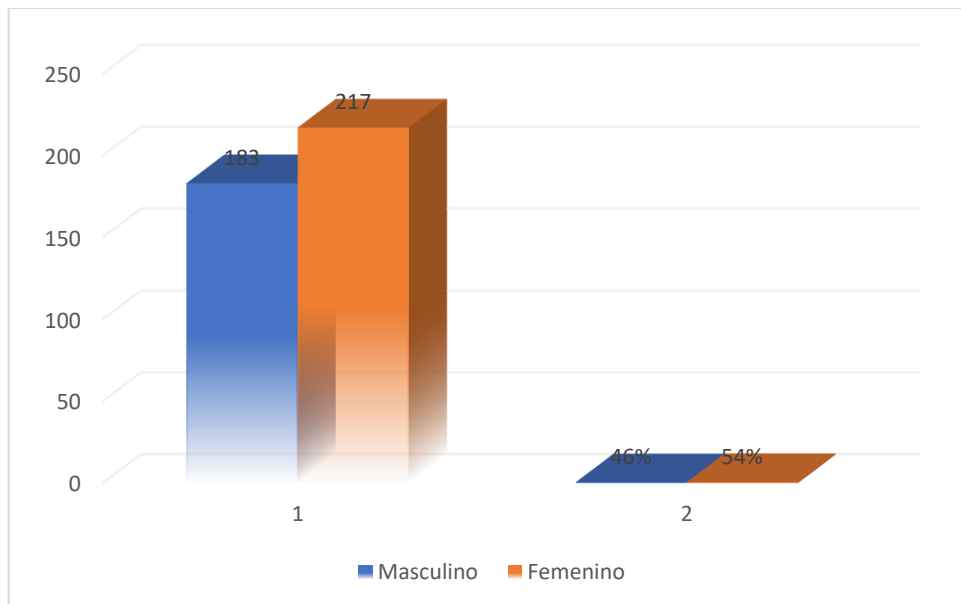
¿Con que género se identifica?

Tabla 5 Género de los usuarios.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	183	46
Femenino	217	54
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios

Figura 2 Género



Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e Interpretación

El género de las personas encuestadas fue de un 54% del sexo femenino, mientras que el 46% pertenecieron al género masculino. Se aprecia una tendencia mayoritaria por parte del género femenino, debido a que muchas mujeres son las encargadas del hogar por ende está el servicio eléctrico a su nombre.

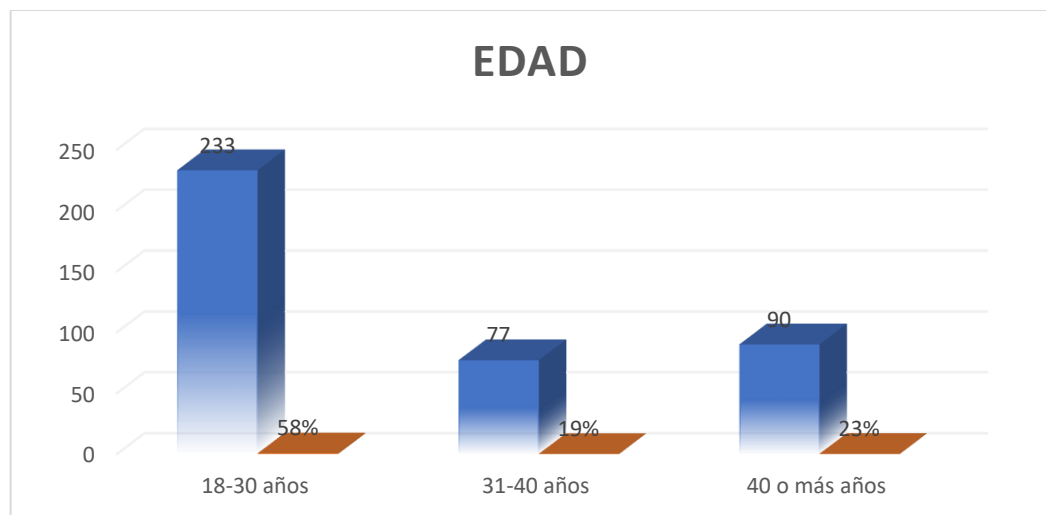
¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 6 Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años	233	58,0
31-40 años	77	19,0
40 o más años	90	23,0
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 3 Edad



Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e Interpretación

En cuanto a la edad de los usuarios del servicio de ELEPCO.S. A, la mayoría oscila en edades de 18 a 30 años siendo estos el 58% de la población encuestada, seguido de un 23% que tienen edades mayores a los 40 años, mientras que el restante 19% presenta edades entre 31 y 40 años. Apreciándose que la mayoría de la población clientes de la empresa eléctrica son adultos jóvenes, esto por razones de fallecimiento de los usuarios mayores por lo cual el servicio es transferido a los hijos o familiares directos.

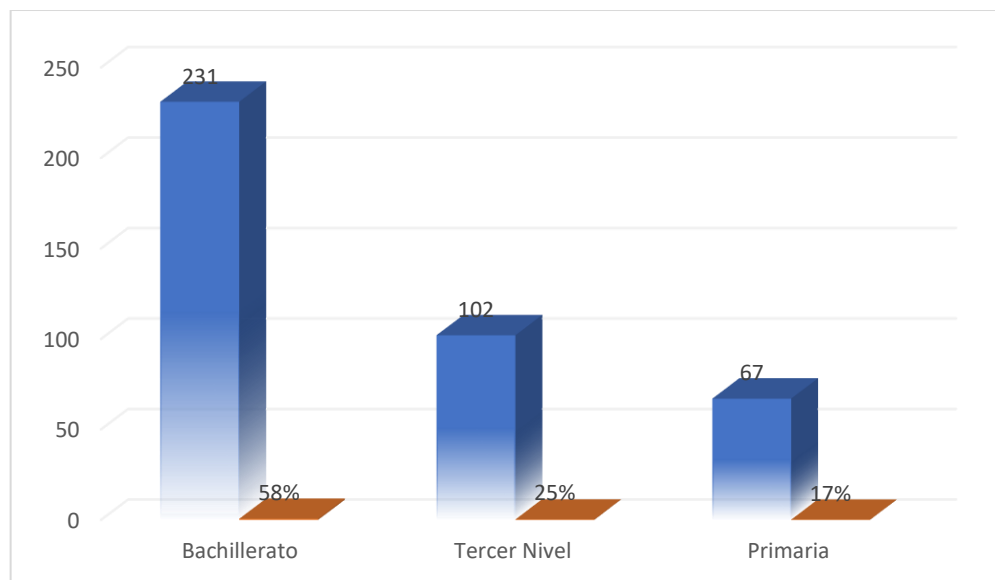
¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 7 Nivel de instrucción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bachillerato	231	58%
Tercer Nivel	102	25%
Primaria	67	17%
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 4 Nivel de Instrucción



Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e Interpretación

En cuanto el nivel de instrucción de los usuarios de ELEPCO S.A, se aprecia que un 58% poseen instrucción de bachillerato, seguido de un 25% que presenta títulos de tercer nivel, mientras que un restante 17% solo cuenta con estudios de primaria. En base a los datos que la mayoría de usuarios, por ser una población relativamente de adultos jóvenes que no superan los 35 años de edad es que solo presentan solo título de bachillerato.

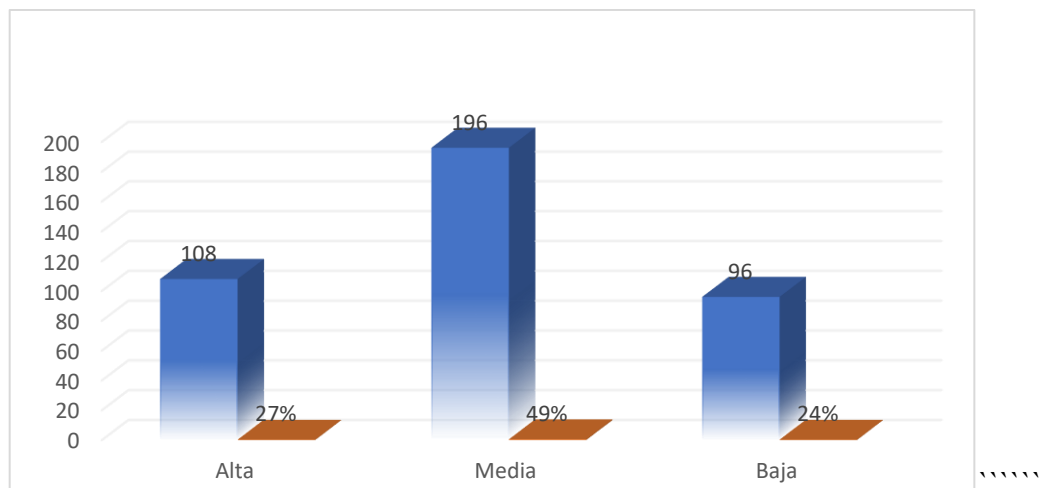
b. Aplicación del instrumento SERVQUAL.

Tabla 8 Percepción de la calidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	108	27,0
Media	196	48,9
Baja	96	24,1
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 5 Percepción de la calidad por parte de los usuarios



Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

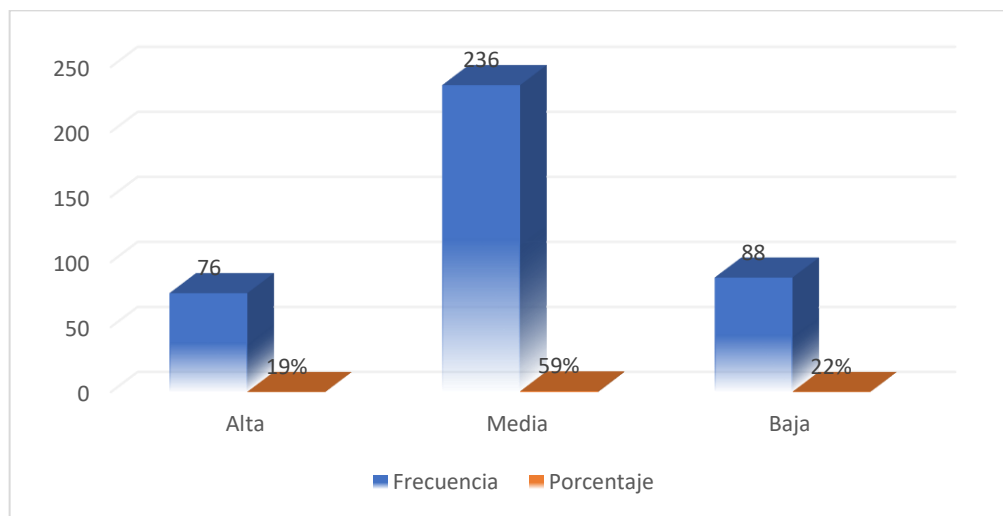
Análisis e Interpretación

Una vez aplicado los instrumentos en cuanto a la percepción de la calidad del servicio eléctrico que tienen los clientes en el cantón la Maná, un 49% considera que dicha percepción es neutral, por su parte un 27% consideran que la calidad del servicio es alta es decir ese porcentaje están muy satisfechos con el servicio, y cumple sus expectativas, aunque consideran que podría mejorar, mientras que el restante 24% considera que la calidad del servicio brindada es baja. Apreciándose que los usuarios del servicio eléctrico se muestran neutrales en cuanto a su percepción sobre el servicio, no se muestran ni satisfechos ni insatisfechos con el servicio que brinda la empresa eléctrica.

Tabla 9 Percepción de la calidad (Fiabilidad)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	76	19
Media	236	59
Baja	88	22
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 6 Percepción de la calidad por parte de los usuarios

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

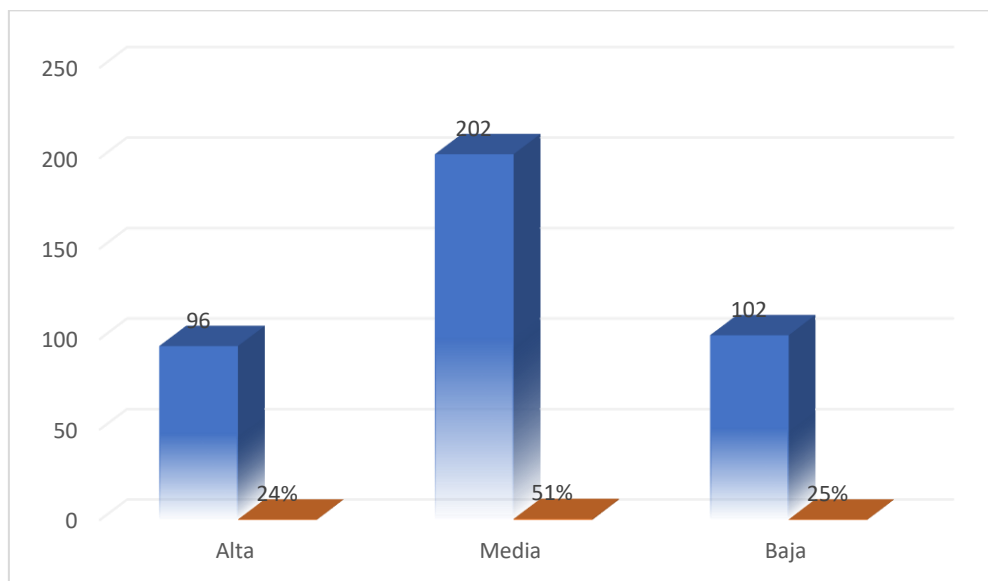
Análisis e interpretación

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de información, se obtiene que la percepción de la calidad en cuanto a la dimensión fiabilidad, por parte de los usuarios en cuanto al servicio prestado por la empresa ELEPCO S.A, en un 59% es media, lo que indica que el cliente está satisfecho con el servicio, un 22% considera que es baja, lo que expresa que los clientes están insatisfechos con el servicio, mientras que un 19% considera que la calidad del servicio es alta. En base a los resultados se aprecia que los usuarios encuentran muy satisfechos por los servicios prestados por la empresa eléctrica, en cuanto a la primera dimensión abordada de la calidad del servicio, se obtienen que el nivel de calidad es medio para un 59% de clientes.

Tabla 10 Percepción de la calidad Dimensión Sensibilidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	96	24
Media	202	51
Baja	102	25
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 7 Percepción de la calidad Dimensión Sensibilidad

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e Interpretación

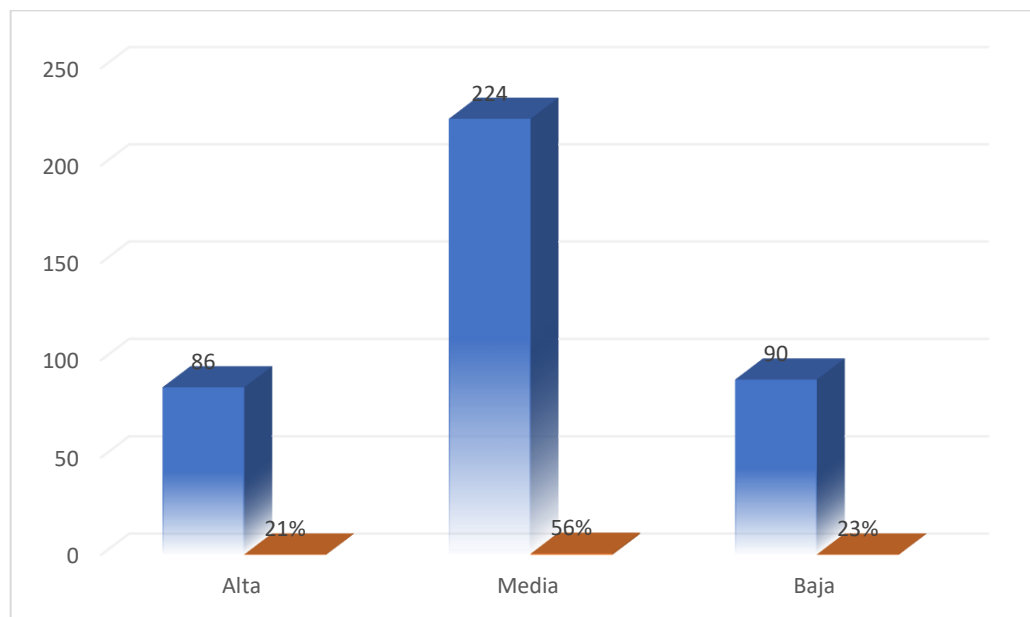
En cuanto a la percepción de la calidad en la dimensión sensibilidad, los usuarios de la empresa ELEPCO.S. A, un 51% de los usuarios demostró que la percepción de la calidad fue media, un 25% manifestó que es baja, seguido de un 24% que consideró a la misma como alta, es decir están satisfechos con el funcionamiento el servicio.

La segunda dimensión abordada, obtuvo un 51% de clientes que considera que la calidad se encuentra en un nivel medio, es decir no consideran el servicio prestado por ELEPCO S.A, ni bueno ni malo.

Tabla 11 Percepción de la calidad (Seguridad)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	86	21
Media	224	56
Baja	90	23
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 8 Percepción de la calidad por parte de los usuarios

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

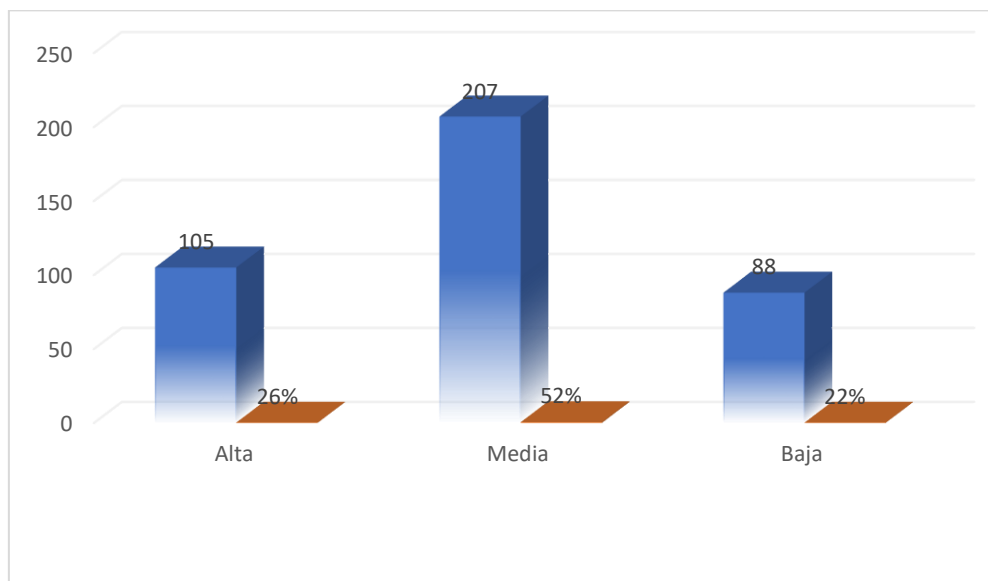
Análisis e Interpretación

Al consultar a los usuarios sobre la percepción de la calidad en la dimensión seguridad, del trabajo que realiza y el servicio que brinda, los mismos manifestaron en un 56% que la consideran media, mientras que un 23% la considera baja, es decir están insatisfechos con el servicio prestado, mientras que el restante 21% creen que es alta, están muy satisfechos con el servicio que presta la empresa. Se aprecia que los clientes en su mayoría en cuanto a la dimensión seguridad, no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos con el servicio.

Tabla 12 Percepción de la calidad (Empatía)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	105	26
Media	207	52
Baja	88	22
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 9 Percepción de la calidad (Empatía)

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

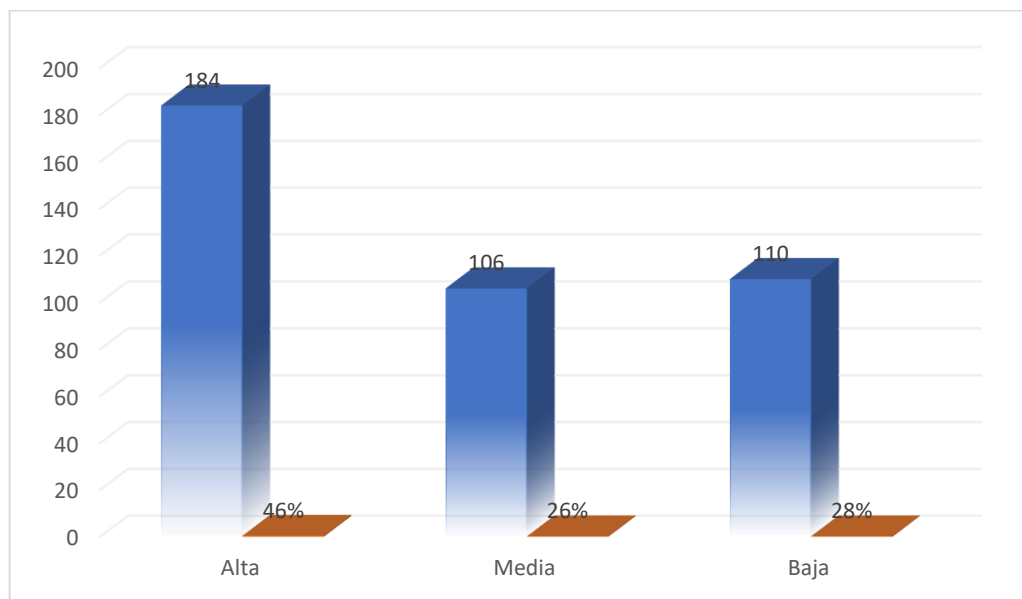
Análisis e Interpretación

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de información, en cuanto a la dimensión empatía, que es la atención directa que recibe el cliente por parte de los miembros de ELEPCO S.A, el 52% la considera en un nivel medio, seguido de un 26% que la consideran alta, es decir fueron bien atendidos y se encuentran muy satisfechos con dicha atención, mientras que el 22% considera que el nivel de atención por parte de los empleados en cuanto a los servicios que prestan es muy bajo. Se observa que la dimensión empatía, sigue manteniendo la tendencia en la cual, los usuarios del servicio se muestran indiferentes, es decir ni satisfechos ni insatisfechos con el servicio que brinda la empresa.

Tabla 13 Percepción de la calidad (Aspectos Tangibles)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	184	46
Media	106	26
Baja	110	28
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 10 Percepción de la calidad (Aspectos tangibles)

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e Interpretación

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de información a los usuarios sobre los aspectos tangibles, los mismos manifestaron en un 46% que la percepción de la calidad es alta, es decir la empresa cuenta con buenos equipos y en buen funcionamiento, mientras que el 28% considera que la calidad de equipos es baja, y seguido de un 26% quien manifiesta que el nivel de calidad es medio. En cuanto a todo lo relacionado con equipos, vehículos, cableado instrumentos y herramientas que utilizan para brindar un buen servicio, se aprecia que, en esta dimensión, la mayoría de usuarios se muestran satisfechos en un 46% con los equipos con los cuales la empresa ELEPCO S.A brinda el servicio, con una satisfacción alta.

c. Nivel de satisfacción de los usuarios

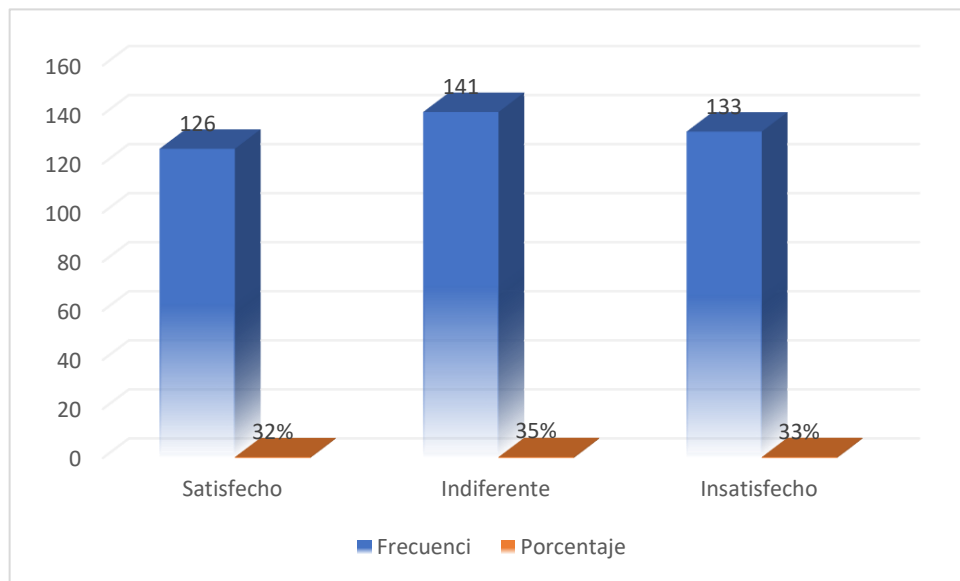
¿Cuál es su nivel de satisfacción por el servicio que brinda la empresa eléctrica ELEPCOSA?

Tabla 14 Nivel de satisfacción de los usuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Satisfecho	126	32%
Indiferente	141	35%
Insatisfecho.	133	33%
Total	400	100,0

Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Figura 11 Nivel de satisfacción de los usuarios de ELEPCO



Nota: Datos tomados del cuestionario de percepción de la calidad aplicado a los usuarios.

Análisis e interpretación.

En cuanto al nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio eléctrico, se aprecia que el 35% se muestra indiferente, por su parte el 32% se muestra satisfecho con el servicio eléctrico prestado por ELEPCO y un restante 33% se muestra insatisfecho. En base a estos datos se puede apreciar que la mayor parte de los clientes de la empresa, se muestran indiferente, seguidos de un amplio número que se muestra satisfecho y el restante de la población se muestra satisfecho.

Conclusiones de los resultados

La mayoría de usuarios de ELEPCO S.A en cuanto a las dimensiones, fiabilidad, es decir la confianza que tienen en la empresa, un 51% considera que la percepción de la calidad es media, por su parte la seguridad, es decir lo seguro que se siente el cliente recibiendo el servicio, es media en un 56%, en cuanto a la Empatía, que es el trato que reciben por parte del personal, un 52% considera a la misma media, por otro lado, los aspectos tangibles, es decir lo relacionado con la infraestructura, el 46% manifiesta que su nivel de percepción el alto.

En base a los datos recolectados mediante el Instrumento para medir la calidad SERVQUAL, se aprecia que la percepción de la calidad que tienen los clientes del servicio eléctrico que brinda ELEPCO S.A. es neutral, con el servicio que reciben, destacando que una parte importante es decir 3 de cada 10 clientes encuestados consideran que el servicio cumple con sus expectativas por lo que consideran que la calidad del mismo es alta; por su parte 2 de cada 10 encuestados, consideran que la calidad del servicio es baja.

En cuanto al nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio eléctrico, se aprecia que el 35% se muestra indiferente, por su parte el 32% se muestra satisfecho con el servicio eléctrico prestado por ELEPCO S.A y un restante 33% se muestra insatisfecho. En base a estos datos se puede apreciar que la mayor parte de los clientes de la empresa, se muestran indiferente, seguidos de un amplio número que se muestra satisfecho y el restante de la población se muestra satisfecho.

Recomendaciones de los resultados

Se recomienda implementar estrategias de segmentación y personalización de servicios, la empresa puede diseñar campañas específicas dirigidas a este segmento demográfico, adaptando la comunicación y ofreciendo servicios que satisfagan las necesidades particulares de esta población en cuanto al servicio prestado.

Dado que la percepción de la calidad del servicio es neutral, con un porcentaje significativo de clientes que consideran que la calidad es alta, pero también otros que consideran que es bajo, se sugiere implementar un programa de mejora continua en la calidad del servicio, esto podría incluir capacitación para el personal de atención al cliente, mejoras en la infraestructura eléctrica, y la implementación de canales de retroalimentación para que los clientes puedan expresar sus comentarios y preocupaciones.

11.2 PROPUESTA

Título de la Propuesta: Estrategias encaminadas a la mejora del servicio eléctrico y atención al cliente prestados por ELEPCO S.A.

11.2.1 Introducción

El servicio de electricidad es un servicio esencial para la población, sin electricidad, no se pueden realizar muchas de las actividades cotidianas, como cocinar, ver la televisión o trabajar, siendo así que en los últimos meses el servicio de electricidad en muchos países, no solo en Ecuador, ha sufrido una serie de problemas, como cortes frecuentes, interrupciones de servicio y problemas de calidad, estos problemas a la vez han generado una gran insatisfacción entre los clientes.

En los últimos años, la empresa ha recibido numerosas quejas de sus clientes por la calidad del servicio prestado, y en base a los datos obtenidos de la encuesta sobre la percepción de la calidad, se aprecia que un amplio porcentaje de usuarios no se muestran satisfechos por el servicio que presta y consideran que la misma debería mejorar. Por tal razón, esta propuesta tiene como objetivo diseñar estrategias encaminadas a la mejora del servicio de electricidad prestado por ELEPCO.S. A, con la finalidad de que los usuarios se sientan satisfechos con el servicio, así como la atención que reciben por parte de los empleados de la empresa.

11.2.2 Justificación

El proyecto es importante porque contribuye a que se mejore el servicio de energía eléctrica, lo que a su vez garantiza la satisfacción de los clientes, que en su mayoría en base a los datos obtenidos no se sienten satisfechos, por otro lado contribuye al desarrollo del cantón de manera social al brindar un servicio de calidad en el que todas las áreas de la zona cuenten con un servicio eléctrico, por otro lado, al ser una empresa comprometida con el medio ambiente, busca la generación de energía eléctrica reduciendo el impacto ambiental. Los principales beneficiarios de la implementación de estas estrategias son los usuarios del servicio, y la comunidad en general.

11.2.3 Objetivo General

Elaborar una propuesta con estrategias encaminadas a la mejora del servicio eléctrico y atención al cliente por parte de la empresa ELEPCO S.A.

11.2.4 Objetivos Específicos.

- ❖ Sugerir alternativas para la reducción de la frecuencia de cortes de energía eléctrica que se suscitan de manera repentina en la zona, para mejorar la percepción de la calidad por parte de los usuarios.
- ❖ Mejorar la calidad de los servicios prestados a los hogares del cantón por parte de ELEPCO S.A.
- ❖ Proporcionar programas de capacitación continuos para el personal técnico y de atención al cliente de ELEPCO S.A.

11.2.5 Desarrollo de la Propuesta

Para alcanzar los objetivos propuestos, las estrategias están encaminadas en tres puntos específicos, mejora de la infraestructura, de los procesos, capacitación al personal, hay que destacar que estas estrategias son sugerencias para que sean desarrolladas e implementadas por ELEPCO S.A en caso que lo amerite necesario.

<p>de la calidad por parte de los usuarios.</p>		<ul style="list-style-type: none"> g) Medir voltajes en diferentes puntos para asegurar que estén dentro de los límites seguros y operativos. h) Documentar todos los problemas identificados, desde conexiones defectuosas hasta equipos que requieren reparación o reemplazo. i) Clasificar los problemas según su gravedad y urgencia, priorizando aquellos que representen riesgos inminentes para la seguridad. j) Crear un plan detallado que incluya las reparaciones necesarias, la adquisición de materiales y los plazos para la ejecución de las acciones correctivas. k) Estimar los costos asociados con las reparaciones y mejoras, considerando el presupuesto disponible. l) Contratar electricistas o contratistas especializados para llevar a cabo las reparaciones y mejoras según lo planificado. 				<p>de mantenimiento preventivo y correctivo.</p> <p>Incorporación exitosa de nuevas tecnologías para la detección y resolución de fallas.</p> <p>Reducción perceptible en la frecuencia de cortes de energía.</p> <p>Mejora en la percepción de la calidad del servicio</p>
--	--	--	--	--	--	---

	Realizar un análisis de datos históricos para identificar áreas con mayor incidencia de cortes de energía.	<p>m) Supervisar de cerca la implementación de las acciones correctivas para garantizar la calidad y la seguridad durante el proceso.</p> <p>n) Mantener un registro detallado de todas las actividades, desde la inspección inicial hasta la implementación de las acciones correctivas.</p> <p>o) Proporcionar capacitación al personal sobre los cambios realizados y las medidas de seguridad a seguir en el nuevo entorno eléctrico</p> <p>p) Realizar una revisión final para asegurar que todas las reparaciones y mejoras se hayan implementado correctamente.</p> <p>a) Realizar un análisis de datos históricos para identificar áreas con mayor incidencia de cortes de energía.</p> <p>b) Implementar un plan de mantenimiento preventivo en las áreas identificadas.</p>	2 meses	\$18,217.50 (Ver tabla 19)		por parte de los usuarios, medida a través de encuestas de satisfacción del cliente.
--	--	---	---------	---	--	--

	Implementar medidas de mantenimiento preventivo y correctivo.	a) Mejorar la capacidad de respuesta ante eventos imprevistos mediante la actualización de protocolos de emergencia.	2 meses	\$53,403.00 (Ver tabla 19)		
	Incorporar nuevas tecnologías para la detección y resolución de fallas.	a) Evaluar, seleccionar e implementar tecnologías avanzadas para la detección y resolución eficiente de fallas en la infraestructura eléctrica.	3 meses	\$168,446.25 (Ver tabla 20)		
	TOTAL, PRESUPUESTO.			\$318,155.25		

Tabla 16. Mejorar la calidad de los servicios prestados a los hogares

Objetivo	Actividad	Descripción de la actividad	Presupuesto	Responsables	Resultado esperado
Mejorar la calidad de los servicios prestados a los hogares del cantón por parte de ELEPCO SA.	Realizar una evaluación exhaustiva de los servicios actuales proporcionados por ELEPCO SA	Conducir una revisión integral de los servicios eléctricos actualmente ofrecidos por ELEPCO S.A. Esta evaluación abarcará aspectos como la confiabilidad del suministro, tiempos de respuesta a incidencias, calidad del voltaje, eficiencia operativa, y satisfacción del cliente. Se utilizarán encuestas, análisis de datos históricos y revisiones operativas para obtener una visión completa de la calidad de los servicios.	\$73,190.25	Coordinador de Evaluación de Servicios. Equipo de Analistas de Datos.	Identificación de áreas de mejora y oportunidades para optimizar los servicios.
	Implementar mejoras en los servicios identificados como deficientes.	Semanas 1-2: Identificación de los criterios de evaluación. Semanas 3-4: Recopilación de datos sobre los servicios actuales. Semanas 5-6: Análisis de los datos recopilados. Semana 7: Elaboración de informe preliminar. Semanas 8-10: Desarrollo de un plan de mejora. Semanas 11-14: Implementación de las mejoras. Basándose en los resultados de la evaluación exhaustiva, se implementarán mejoras	\$35,673.75	Gerente de Operaciones. Equipos de Desarrollo y Mantenimiento.	Informe detallado sobre el estado actual de los servicios eléctricos. Lista de servicios que requieren mejoras inmediatas.

		<p>específicas en los servicios que se identifiquen como deficientes.</p> <p>Estas mejoras pueden incluir actualización de infraestructuras, optimización de procesos operativos, y la incorporación de tecnologías avanzadas para mejorar la confiabilidad y eficiencia del suministro eléctrico.</p> <p>Semana 15: Evaluación de impacto inicial.</p>			<p>Implementación exitosa de mejoras en los servicios identificados.</p> <p>Reducción en la frecuencia de interrupciones y cortes de energía.</p> <p>Mejora en la calidad del voltaje y eficiencia operativa.</p>
		TOTAL, PRESUPUESTO	\$108,864.00		

Tabla 17 Proporcionar programas de capacitación continuos para el personal

Objetivo	Actividad	Descripción de la actividad	Metas	Presupuesto	Responsables	Resultados esperados
Proporcionar programas de capacitación continuos para el personal técnico y de atención al cliente de ELEPCO SA.	Realizar un Diagnóstico de Necesidades, Diseñar Programas e Implementar Sesiones de Capacitación	<p>Evaluar las necesidades específicas de capacitación mediante encuestas y entrevistas con el personal.</p> <p>Desarrollar programas específicos para el personal técnico y de atención al cliente, abordando las áreas identificadas en el diagnóstico.</p>	<p>Identificación de áreas clave que requieren capacitación.</p> <p>Creación de programas detallados y adaptados a las necesidades específicas.</p>	\$113,478.75	<p>Departamento de Recursos Humanos.</p> <p>Departamento de Capacitación y Desarrollo.</p>	<p>Identificación de las áreas de conocimiento y habilidades en las que el personal técnico y de atención al cliente requiere mejora.</p> <p>Planes de capacitación detallados que aborden las necesidades identificadas en el diagnóstico.</p>
	Ejecutar sesiones de capacitación regularmente programadas basadas en los programas diseñados.	<p>Ejecutar sesiones de capacitación regularmente programadas basadas en los programas diseñados.</p>	<p>Participación del 100% del personal en al menos una sesión al trimestre</p> <p>Introducir herramientas</p>		<p>Equipo de Capacitadores Internos.</p>	<p>Ejecución exitosa de sesiones de capacitación según el programa anual.</p> <p>Integración de plataformas digitales y recursos en</p>

	<p>Introducir herramientas tecnológicas para mejorar la eficacia de la capacitación.</p> <p>Desarrollar materiales de capacitación reutilizables para futuras sesiones.</p> <p>Establecer incentivos para fomentar la participación activa en las sesiones de capacitación.</p> <p>Contratar expertos externos para impartir sesiones especializadas.</p>	<p>tecnológicas para mejorar la eficacia de la capacitación.</p> <p>Aumentar la participación en un 30% en comparación con el año anterior.</p> <p>Mejora en la calidad de las sesiones a través de instructores especializados.</p>	<p>Departamento de Tecnologías de la Información.</p> <p>Equipo de Desarrollo de Contenidos.</p> <p>Departamento de Recursos Humanos.</p>	<p>línea en los programas de formación.</p> <p>Desarrollo de materiales educativos reutilizables y adaptativos.</p> <p>Estrategias implementadas para incentivar la participación y el compromiso.</p> <p>Identificación y contratación de profesionales especializados en áreas específicas de capacitación.</p>
--	---	--	---	---

Sugerir alternativas para la reducción de la frecuencia de cortes de energía eléctrica que se suscitan de manera repentina en la zona, para mejorar la percepción de la calidad por parte de los usuarios

Actividad 1. Sugerir alternativas para la reducción de la frecuencia de cortes de energía eléctrica que se suscitan de manera repentina en la zona, para mejorar la percepción de la calidad por parte de los usuarios.

Tabla 18 Presupuesto utilizado en la actividad 1

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Ingeniero eléctrico	1	\$ 1,890.00	\$ 1,890.00
Técnicos	3	\$ 650.00	\$ 1,950.00
Fiscalizador	1	\$ 2,300.00	\$ 2,300.00
Viáticos	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Equipo y herramientas			
Equipos de protección personal	4	\$ 120.00	\$ 480.00
Equipo de medición	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Materiales			
Conductores	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Aisladores	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Herramientas varias	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Equipos de monitoreo	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sub total			\$12,395.00
Imprevistos 5%			\$619.75
TOTAL			\$13,014.75
Total Actividad			\$78,088.50

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto mensual para la primera actividad es de **\$13,014.75** por los 6 meses de duración en promedio de la actividad, se calcula un presupuesto de **\$78,088.50**

Actividad 2. Realizar un análisis de datos históricos para identificar áreas con mayor incidencia de cortes de energía.

Tabla 19 Presupuesto utilizado en la actividad 2

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Analista de datos	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Técnicos	2	\$ 650.00	\$ 1,300.00
Capacitación	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Viticos	3	\$ 60.00	\$ 180.00
Equipo y herramientas			
Equipos de protección personal	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Equipo de medición			
Materiales			
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Equipos de monitoreo	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Sub total			\$8,675.00
Imprevistos 5%			\$433.75
TOTAL			\$9,108.75
Total Actividad			\$18,217.50

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

Actividad 3. Implementar medidas de mantenimiento preventivo y correctivo.

Tabla 20 Presupuesto utilizado en la actividad 3

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Ingeniero eléctrico	1	\$ 1,890.00	\$ 1,890.00
Técnicos	3	\$ 650.00	\$ 1,950.00
Fiscalizador	1	\$ 2,300.00	\$ 2,300.00
Viáticos	5	\$ 30.00	\$ 150.00
Equipo y herramientas			
Equipos de protección personal	4	\$ 160.00	\$ 640.00
Equipo de medición	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Materiales			
Repuestos	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Materiales Eléctricos	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Herramientas varias	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Equipos de monitoreo	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 70.00	\$ 350.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sub total			\$25,430.00
Imprevistos 5%			\$1,271.50
TOTAL			\$26,701.50
Total, Actividad			\$53,403.00

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto estimado para la realización de la actividad 3 de la propuesta es de **\$53,403.00**

Actividad 4. Incorporar nuevas tecnologías para la detección y resolución de fallas e inconvenientes**Tabla 21** Presupuesto utilizado en la actividad 4

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Ingeniero eléctrico	2	\$ 1,890.00	\$ 3,780.00
Especialistas	3	\$ 2,600.00	\$ 7,800.00
Fiscalizador	1	\$ 2,300.00	\$ 2,300.00
Viáticos	6	\$ 100.00	\$ 600.00
Equipo y herramientas			
Equipos de protección personal	6	\$ 120.00	\$ 720.00
Sensores de monitoreo	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Materiales			
Conductores	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Aisladores	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Herramientas varias	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Infraestructura tecnológica	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Software y plataformas	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Actualización de sistemas	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Equipos de monitoreo	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Sub total			\$ 53,475.00
Imprevistos 5%			\$ 2,673.75
TOTAL			\$ 56,148.75
Total, Actividad			\$ 168,446.25

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto para la actividad es de \$ 168,446.25

Mejorar la calidad de los servicios prestados a los hogares del cantón por parte de ELEPCO SA.

Actividad 5. Realizar una evaluación exhaustiva de los servicios actuales proporcionados por ELEPCO SA

Tabla 22 Presupuesto utilizado en la actividad 5

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Ingeniero eléctrico	1	\$1,890.00	\$1,890.00
Especialistas	2	\$2,600.00	\$5,200.00
Fiscalizador	1	\$2,300.00	\$2,300.00
Encuestas y datos	1	\$2,000.00	\$2,000.00
Viáticos	6	\$100.00	\$600.00
Equipo y herramientas			
Equipos de protección personal	6	\$ 120.00	\$ 720.00
Materiales			
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Infraestructura tecnológica	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Software y plataformas	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Actualización de sistemas	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Equipos de comunicación	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Sub total			\$23,235.00
Imprevistos 5%			\$1,161.75
TOTAL			\$24,396.75
Total, Actividad			\$73,190.25

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto estimado es de \$73,190.25

Actividad 6. Implementar mejoras en los servicios identificados como deficientes.

Tabla 23 Presupuesto utilizado en la actividad 6

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Especialistas	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Consultores	2	\$ 2,600.00	\$ 5,200.00
Fiscalizador	1	\$ 2,300.00	\$ 2,300.00
Viáticos	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Encuestas	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Recopilación de datos	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Materiales			
Herramientas varias	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Software y plataformas	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Actualización de sistemas	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Equipos de monitoreo	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Sub total			\$11,325.00
Imprevistos 5%			\$566.25
TOTAL			\$11,891.25
Total, Actividad			\$35,673.75

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto estimado para la realización de la actividad 6 es de \$35,673.75

Proporcionar programas de capacitación continuos para el personal técnico y de atención al cliente de ELEPCO SA.

Actividad 7. Realizar un Diagnóstico de Necesidades, Diseñar Programas e Implementar Sesiones de Capacitación

Tabla 24 Presupuesto utilizado en la actividad 7

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recursos Humanos			
Ingeniero eléctrico	2	\$ 1,890.00	\$ 3,780.00
Especialistas	3	\$ 2,600.00	\$ 7,800.00
Capacitadores	2	\$ 3,000.00	\$ 6,000.00
Fiscalizador	1	\$ 2,300.00	\$ 2,300.00
Viáticos	6	\$ 100.00	\$ 600.00
Equipo tecnológico			\$ -
Laptop	5	\$ 800.00	\$ 4,000.00
Infraestructura tecnológica	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Software y plataformas	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Actualización de sistemas	1	\$ 3,520.00	\$ 3,520.00
Vehículo			
Combustible	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Mantenimiento	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Otros gastos			
Papelería - Impresiones	1	\$ 300.00	\$ 200.00
Sub total			\$36,025.00
Imprevistos 5%			\$1,801.25
TOTAL			\$37,826.25
Total, Actividad			\$113,478.75

Nota: Las estimaciones se las realiza en base a una entrevista con una persona encargada de prestar el servicio eléctrico en ELEPCO S.A

El presupuesto para realizar la actividad 7 es de aproximadamente **\$113,478.75**

12. IMPACTOS

12.1 Impacto técnico

El proyecto tiene un impacto técnico al contribuir con sus estrategias, entre las que se destaca la capacitación al personal operativo y técnico, la innovación tecnológica para corregir falencias, el mantenimiento preventivo y correctivo, a la mejora de la infraestructura entre las que se destaca la instalación de equipos modernos, sensores inteligentes y de gestión automatizada que permita mejorar la eficiencia del servicio, por otro lado, también existe la actualización de nuevos sistemas para la gestión y el monitoreo del servicio prestado a los clientes.

12.2 Impacto Social

A nivel social, el proyecto contribuye en primera instancia a mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón La Maná al garantizarles un servicio comercial de energía eléctrica de calidad, esto debido a que incrementa la satisfacción de los usuarios con el servicio comercial de energía eléctrica, así mismo fortalece el nexo entre empresa y comunidad, que permita que ELEPCO S.A este al tanto de los inconvenientes que se generan en los hogares a causa del servicio eléctrico prestado.

12.3 Impacto económico

El impacto económico es que los planes estratégicos pueden contribuir a la reducción de costos operativos de la empresa, esto debido a que se identifican las áreas susceptibles a ser intervenidas, reduciendo los costos operativos en un 15%,, así mismo genera mayores ingresos debido a que los clientes consumen más energía eléctrica al sentirse satisfechos con el servicio, en promedio un 30% de los clientes mejoran su percepción de la calidad con los planes de acción elaborados, lo que se traduce en mayores ingresos aproximadamente un 25% más que el consumo normal, así como una imagen positiva de la empresa.

13. VALORACIÓN ECONÓMICA Y/O PRESUPUESTO

Tabla 25 Presupuesto

PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN					
Recursos	Cantidad	Unidad	V. Unitario	Valor Total	
			\$	\$	\$
Equipos					
Laptop	1	Unidad	\$ 500.00	\$	500.00
Impresora	1	Unidad	\$ 100.00	\$	100.00
Transporte y salida de campo					
Viáticos	4	Días	\$ 10.00	\$	40.00
Pasajes	4	Pasajes	\$ 4.00	\$	16.00
Materiales y suministros					
Esferos	5	Unidad	\$ 0.50	\$	2.50
Grapadora	1	Unidad	\$ 3.50	\$	3.50
Libreta	1	Unidad	\$ 1.50	\$	1.50
Carpetas	4	Unidad	\$ 0.50	\$	2.00
Material Bibliográfico y fotocopias. (detallar)					
Empastado	1		\$ 40.00	\$	40.00
Impresiones	400		\$ 0.01	\$	4.00
Copias	25		\$ 0.05	\$	1.25
Gastos Varios					
Internet	1	Mensual	\$ 20.00	\$	20.00
Otros Recursos (detallar)					
Alimentación	2	Días	\$ 10.00	\$	20.00
				Sub Total	\$ 750.75
				10%	\$ 75.08
				TOTAL	\$ 825.83

14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 Conclusiones

La mayoría de usuarios de ELEPCO S.A en cuanto a las dimensiones, fiabilidad, es decir la confianza que tienen en la empresa, un 51% considera que la percepción de la calidad es media, por su parte la seguridad, es decir lo seguro que se siente el cliente recibiendo el servicio, es media en un 56%, en cuanto a la Empatía, que es el trato que reciben por parte del personal, un 52% considera a la misma media, por otro lado, los aspectos tangibles, es decir lo relacionado con la infraestructura, el 46% manifiesta que su nivel de percepción el alto, mientras que de manera general la percepción fue del 49% media.

En cuanto al nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio eléctrico, se aprecia que el 35% se muestra indiferente, por su parte el 32% se muestra satisfecho con el servicio eléctrico prestado por ELEPCO y un restante 33% se muestra insatisfecho. En base a estos datos se puede apreciar que la mayor parte de los clientes de la empresa, se muestran indiferente, seguidos de un amplio número que se muestra satisfecho y el restante de la población se muestra satisfecho.

Entre las principales estrategias, tales como las sugerencias sobre la revisión de la infraestructura eléctrica, implementación de programas de capacitación personalizados, así como el monitoreo constante de las áreas de mayor riesgo a suscitarse inconvenientes eléctricos, la mejora del tiempo de respuesta, así mismo la identificación de las causas que generan los inconvenientes eléctricos y realizar los ajustes necesarios así como el cambio de equipos, es decir inversiones en infraestructura, además implementar un mejor sistema de atención al cliente brindar un buen servicio y mantener satisfechos a sus clientes, también es importante la realización de las encuestas de satisfacción para conocer las necesidades y expectativas de los clientes, garantizando un buen servicio eléctrico.

14.2 Recomendaciones

Con base en la percepción neutral de la calidad del servicio según el SERVQUAL, se recomienda una estrategia integral de mejora continua, esto implica la identificación y solución rápida de inconvenientes eléctricos, inversiones en infraestructura y equipos, así como la implementación de un sistema de atención al cliente eficiente y accesible, esto implica reducir los tiempos de espera en atención telefónica, brindar respuestas claras y soluciones efectivas a los problemas planteados por los usuarios, la atención al cliente puede ser un diferenciador clave, y un servicio proactivo y receptivo puede contribuir significativamente a cambiar la percepción neutral hacia una positiva.

Realizar un análisis de los resultados de la investigación para identificar las áreas de oportunidad para la mejora del servicio, desarrollar una propuesta de mejora del servicio que sea factible de implementar y que tenga un impacto positivo en la satisfacción de los clientes, dicha propuesta debe ser socializada al propietario de la empresa.

Se recomienda realizar inversiones significativas en la infraestructura, incluido el reemplazo de equipos obsoletos y la mejora de la capacidad de respuesta ante fallas, este enfoque preventivo no solo mejorará la calidad del servicio, sino que también contribuirá a generar una imagen positiva de la empresa entre los usuarios.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, C., & Sierra, V. (2019). *Metodología de la investigación científica. Novena edición*, . Cochabamba, Bolivia: Grupo Editorial Kipus.
- Andrade, J., Ramirez, E., & Montana, J. (2020). Calidad del servicio público domiciliario del suministro de energía eléctrica en Colombia. *Revista Científica de la Universidad de Zulia* . Vol.25. Num. 4 .
- Arenal, C. (2019). *Atencion Basica al cliente* . Valencia - España : Editorial Tutor Formación.
- Avila, H., González, M., & Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta:¿ métodos o técnicas de indagación empírica?. . *Didasco didáctica y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), 62-79., 62-79.
- Carrasco, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. . Ediciones Paraninfo, SA.
- Carvajal, L., Ormeño, J., & Valverde, M. (2019). *Atención al cliente*. Editorial Editex. ISBN: 8490785473.
- Cespedes, J., & Hoyos, S. (2020). La perepcion de la calidad de servicio en ELECTRICARIBE S.A en Barranquilla. *GERENCIA LIBRE • Volumen 6 • 89 - 98 • Dic 2019 - 2020*.
- Cruz, J. (2023). Calidad de servicio como factor de satisfacción en los consumidores. *Revista Investigación y Negocios Vol. 16 Núm. 27*, DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.174>.
- ELEPCO S.A. (2023). *Empresa Electrica Provincial Cotopaxi*. Obtenido de <https://elepcosa.com.ec/>
- García-González, J. (2020). teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170.
- Gonzáles, J., & Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. *Enfoques Consulting EIRL*, 1,, 66-78.
- Guerrero, G., & Guerrero, C. (2020). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.

- Hernandez - Sampieri, R., Fernandez, C., & Batipsta, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D. F: Mc Graw Hill.
- Herrera, M. (2019). *Estrategias de postventa que contribuyen a la satisfacción del cliente [Tesis de Pregrado]*. Latacunga - Ecuador : UTC.
- Herrera, S., & Rosenberg, A. (2022). Precios psicológicos. análisis de la percepción del consumidor. . *Quipukamayoc*, 7(13),, 83-92.
- Iglesias, M. (2021). *Metodología de la investigación científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos (Vol. 9)*. Noveduc.
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. . Ediciones Paraninfo, SA.
- Luciano, C. L. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Buenos Aires, Argentina : Maipue Eaditores .
- Mendoza, Z., & Vele, C. (2019). *Calidad de Servicio y satisfacción al cliente en una Aso, de comerciantes minoristas de cantón La Maná [Tesis de pregrado. UTC]*. La Maná - Ecuador : UTC.
- Montesdeoca, A., & Cedillo, M. (2020). *Análisis de la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, Guayaquil–2020*. Milagro -Ecuador : UNEMI.
- Morveli, R., & Boluarte, V. (2021). *Relacion entre calidad de servicio y satisfacción del cliente [Tesis de Pregrado. USIL, PERÚ]*. Lima - Perú : USIL .
- Pincay, M. Y.-F. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. . *Domino de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142.
- Pingo, P., Poicon, E., & Vargas, S. (2020). Gestión de la calidad: un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 25(90), 632-647., 632-647. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890287>.
- Quispe, A. B. (2021). Gestión de calidad en el trabajo remoto. . *Revista Científica Pakamuros*, 9(2), , 43-57.
- Roldán, M. (2022). *Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica*. Ambato - Ecuador : Universidad Técnica de Ambato .

- Salazar, N. L. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. . *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), , 18-24.
- Sánchez, A., & Navarro, J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex.
- Sharán, M. (2019). *Estrategias de fidelización de clientes a través de internet*. . Editorial Elearning, SL.
- Silva-Treviño, J. G.-H.-L.-R. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. . *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78582021000100085&script=sci_arttext.
- Ubilla, M. ., (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. . *Revista empresarial*, 13(2), , 1-15.