



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Proyecto de investigación.

“Calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta.”

AUTORA:

Zambrano Villigua Katherine Youline.

TUTOR:

Dr. Juan Alberto Moreira Roca, Mg.

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera de Administración de Empresas

Manta 2021

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01- F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACION DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “**Calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen

Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde a la señorita **ZAMBRANO VILLIGUA KATHERINE YOULINE**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2020 (2) quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de Febrero del 2021

Lo certifico,



Dr. Juan Alberto Moreira Roca, Mg.

Docente Tutor(a)

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los registrados por los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulados por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la facultad de Ciencias Administrativas de la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Ing. Alexa Cedeño Macías.

Presidente del Tribunal

Ing. Evelyn Cano Lara.

Miembro Tribunal

Ing. Ana Palma Avellan.

Miembro de tribunal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría diaria para poder culminar esta etapa.

Así mismo a mi madre Santa Villigua por ser mi pilar fundamental y apoyarme siempre en cada paso que doy, por formarme con virtudes y valores, lo cual me ha enseñado mucho, para poder salir de momentos difíciles.

A mi esposo Robert Fernández por ser mi compañero, por estar conmigo en los momentos más difíciles y ser mi apoyo incondicional.

A mis hijos Matteo y Luciana por darme la fuerza de salir adelante todos los días, a mis hermanas, mis suegros, cuñadas y a todos aquellos maestros, amigos y demás familiares que contribuyeron a mi desempeño a lo largo de mi preparación profesional.

Katherine.

RECONOCIMIENTO

Me gustaría en primera instancia mostrar mi gratitud a Dios por permitirme seguir adelante con mis proyectos profesionales.

Quiero agradecer a mi madre por todo su sacrificio diario para que pueda cumplir esta meta, ya que sin su apoyo nada de esto hubiera sido posible.

Mi esposo por siempre apoyarme en todo, por su amor brindado diariamente y nunca dejarme caer en mis momentos más difíciles.

A mis hijos Matteo y Luciana por ser mi pilar fundamental, por darme esa fuerza diaria de salir adelante y poder lograr cada meta que me propongo.

A mis hermanas por ser mis mejores amigas, estar conmigo siempre y escucharme en mis peores momentos.

A mi familia política mis suegros Toñita y Jose, porque desde que llegue a formar parte de ellos me han querido como una hija, a mis cuñadas por su apoyo incondicional brindado durante esta etapa.

A mi tutor el Ing. Juan Moreira por brindarme sus conocimientos durante la preparación de este proyecto.

A mis compañeros de curso, en especial a mi mejor amiga Marlene Vélez por caminar junto conmigo estos 7 años.

Katherine.

INDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TRABAJO	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
<i>INDICE DE TABLAS</i>	VIII
INDICE DE GRAFICOS.	IX
RESUMEN.	X
1. INTRODUCCION.....	1
1.2. Problematización.	2
1.3. Formulación del problema de investigación.	4
1.3.1. Problema científico general.....	4
1.3.2. Problemas específicos	4
1.4. Formulación del objeto de la investigación.....	4
1.5. Formulación de los objetivos de la investigación.....	4
1.5.1. Objetivo General	4
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Delimitación.....	5
1.6.1. Delimitación espacial	5
1.6.2. Delimitación temporal.....	5
1.6.3. Delimitación conceptual	5
1.7. Formulación de la Hipótesis	5
1.7.1. Hipótesis general.	5
1.8. Determinación de las variables.....	6
1.8.1. Variable.	6
2. DISEÑO METODOLÒGICO.....	7
2.1. Tipos de investigación.	7

2.1.1.	Investigación de Campo.....	7
2.2.	Métodos de investigación.....	7
2.4.	Población de estudio.....	8
2.5.	Muestra.....	9
2.6.	Tamaño de la muestra.....	9
3.	MARCO TEORICO.....	11
3.1.	Antecedentes investigativos.....	11
3.2.	Bases teóricas.....	18
4.	DIAGNOSTICO O ESTUDIO DE CAMPO.	27
4.1.	Discusión de resultados cuantitativos.....	49
5.	DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	53
5.1.	Título.....	53
5.2.	Justificación.....	53
5.3.	Objetivos.....	54
5.3.1.	Objetivo general.....	54
5.3.2.	Objetivos específicos.....	54
5.4.	Descripción de la propuesta.....	55
6.	PLAN ESTRATÉGICO.....	
	CONCLUSIONES.....	59
	RECOMENDACIONES.....	60
	BIBLIOGRAFIA.....	61
	ANEXOS.....	67

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Población</i>	8
<i>Tabla 2: Ficha técnica del diseño de investigación</i>	16
<i>Tabla 3 Atención al cliente</i>	27
<i>Tabla 4 Respuesta al cliente</i>	28
<i>Tabla 5 Satisfacción al cliente</i>	29
<i>Tabla 6 Expectativas</i>	30
<i>Tabla 7 Oportuno</i>	31
<i>Tabla 8 Eficacia</i>	32
<i>Tabla 9 Periodo</i>	33
<i>Tabla 10 Respuesta al cliente</i>	34
<i>Tabla 11 Resolución de problemas</i>	35
<i>Tabla 12 Eficacia</i>	36
<i>Tabla 13 Empatía</i>	37
<i>Tabla 14 Conocimiento</i>	38
<i>Tabla 15 Eficacia</i>	39
<i>Tabla 16 Respuesta planteada</i>	40
<i>Tabla 17 Precisión</i>	41
<i>Tabla 18 Necesidades</i>	42
<i>Tabla 19 Conducta</i>	43
<i>Tabla 20 Satisfacción al cliente</i>	44
<i>Tabla 21 Capacitación al personal</i>	45
<i>Tabla 22 Financiero</i>	46
<i>Tabla 23 Instalaciones</i>	47
<i>Tabla 24 Apariencia</i>	48

INDICE DE GRAFICOS.

<i>Grafico 1 America Latina crecimiento económico.....</i>	<i>3</i>
<i>Grafico 2 Sistema de suministro electric.....</i>	<i>21</i>
<i>Grafico 3 Atencion al cliente</i>	<i>27</i>
<i>Grafico 4 Respuesta al cliente.</i>	<i>28</i>
<i>Grafico 5 Satisfaccion al cliente.....</i>	<i>29</i>
<i>Grafico 6 Expectativas.....</i>	<i>30</i>
<i>Grafico 7 Oportuno.</i>	<i>31</i>
<i>Grafico 8 Eficacia.....</i>	<i>32</i>
<i>Grafico 9 Periodo.....</i>	<i>33</i>
<i>Grafico 10 Respuesta al cliente.</i>	<i>34</i>
<i>Grafico 11 Resolucion de problemas.....</i>	<i>35</i>
<i>Grafico 12 Eficacia.....</i>	<i>36</i>
<i>Grafico 13 Empatía.....</i>	<i>37</i>
<i>Grafico 14 Conocimiento.</i>	<i>38</i>
<i>Grafico 15 Eficacia.....</i>	<i>39</i>
<i>Grafico 16 Respuesta planteada.</i>	<i>40</i>
<i>Grafico 17 Precision.</i>	<i>41</i>
<i>Grafico 18 Necesidades.</i>	<i>42</i>
<i>Grafico 19 Conducta.....</i>	<i>43</i>
<i>Grafico 20 Satisfaccion al cliente.....</i>	<i>44</i>
<i>Grafico 21 Capacitación al personal.</i>	<i>45</i>
<i>Grafico 22 Financiero.</i>	<i>46</i>
<i>Grafico 23 Instalaciones.</i>	<i>47</i>
<i>Grafico 24 Apariencia.</i>	<i>48</i>

RESUMEN.

La presente investigación se realizó a los funcionarios del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional Manabí, sede Manta y a los usuarios de la ciudad, con el objetivo de diagnosticar la calidad de atención que brindan los funcionarios hacia los usuarios, para lo cual la metodología utilizada es descriptiva y de campo, además se empleó como técnica de investigación: la encuesta, utilizando el método Servqual la cual consta de 22 preguntas apoyadas en las 5 dimensiones de calidad de servicio; donde se analizan características relacionadas con: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; el propósito es brindar información efectiva al departamento de atención al cliente, generando así el plan de implementación del plan de mejora de la calidad, el cual puede mejorar continuamente el desempeño de los empleados de manera duradera, siempre a disposición del usuario. Los resultados del análisis de la encuesta desarrollada ayudaron a identificar las deficiencias en la atención de los funcionarios de la empresa a los usuarios que solicitan el servicio. Al mismo tiempo, considerando los resultados obtenidos en la encuesta, se plantea la propuesta con sus conclusiones y recomendaciones respectivas.

Palabras claves:

Atención al cliente, calidad, servicio, Satisfacción al cliente.

1. INTRODUCCION.

La calidad del servicio se centra en hacer que los usuarios se sientan completamente satisfechos con un servicio apropiado que busque cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes. En este caso, la calidad del servicio significa: “La amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones, en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.” (Ramirez Ruiz, 2017)

Por medio de la investigación se podrá analizar la calidad de servicio de atención al cliente que brindan los funcionarios de la CNEL para luego plantear una solución que permita el mejoramiento de atención de la empresa.

El presente trabajo investigativo inicia con la descripción del problema y la formulación del mismo; también se enuncia el objetivo de la investigación y la delimitación, además las hipótesis y la determinación de las variables.

Así mismo se sustenta la investigación con la fundamentación teórica, misma que contiene antecedentes (artículos y libros), bases teóricas (teorías de calidad) y conceptos sobre la investigación.

La técnica de recolección de datos utilizada será la encuesta, misma que está enfocada hacia los funcionarios del departamento de atención al cliente y a los usuarios de la ciudad de Manta; cabe mencionar que por medio de esta herramienta poder determinar la calidad de atención al cliente que brinda la empresa.

Como propuesta se diseñó un plan de acción, el mismo que determina actividades para dar solución a las debilidades que se encontraron en el estudio de mercado.

Por último se exponen las conclusiones y recomendaciones en base al objetivo general y a los objetivos específicos expuestos al inicio del proyecto.

1.1. DISEÑO TEORICO

1.2. Problematización.

A nivel mundial siempre ha existido la necesidad de mantener capacitado al personal que conforma una organización, en la cual su personal siempre debe estar adquiriendo nuevos conocimientos y metodologías para un mejor desempeño de sus labores, por esta razón una capacitación siempre debe estar relacionada con las habilidades, conocimiento y las estrategias necesarias para realizar un trabajo determinado, obteniendo un alcance de nuevas habilidades del personal, como la presentación de ideas innovadoras, y la oportunidad de practicar y recibir una retroalimentación sobre técnicas y estilos particulares de como interactuar con los clientes de una institución.

La calidad de atención y servicio al cliente están relacionadas directamente con el crecimiento de la empresa, ofrecer un trato cordial y soluciones oportunas ante las solicitudes de los usuarios, son algunas de las características de una buena atención al cliente.

Este servicio varía según el país a nivel mundial, aunque no existe escala valorativa que profundice sobre el tema, sin embargo se tiene conocimiento que Japón es el país con mejores experiencias en la calidad de atención y servicio al cliente, en los países desarrollados la competitividad de las compañías y empresas se enfocan en el grado de satisfacción de los clientes utilizando procedimientos claros y homogéneos que permitan desarrollar las operaciones adecuadamente y en el tiempo oportuno. América se considera en la actualidad como uno de los continentes de mejor crecimiento económico con un mercado atractivo y prometedor, pero en países subdesarrollados la falta de regulaciones, violación a los derechos del consumidor, la ausencia en la implementación de nuevas estrategias y sobre todo la desinformación crean un impacto negativo en la satisfacción del consumidor, lo que pone en riesgo el crecimiento económico bajo las condiciones existentes en el mercado internacional. (Obela, 2015)



Grafico 1 America Latina crecimiento económico
Fuente: (CEPAL, 2019)

La queja sobre la calidad del servicio al cliente en Ecuador es recurrente. Expertos en el área indican que existe una carencia de estudios, cifras desactualizadas y falta de ejecución de protocolos en atención al cliente. Sin embargo, la academia -especializada en mercadotecnia- instruye a los estudiantes sobre análisis del comportamiento de los mercados y consumidores; inclusive existen investigaciones. (Barros , 2018)

De acuerdo con la encuesta más reciente realizada por el INEC en el 2008, al 7% de la población entrevistada, las razones de queja o reclamo en las instituciones públicas es por la insuficiente información (14,3%), falta de profesionalismo de funcionarios (15,8%) y de comprensión del problema (24,6%). Sin embargo, Ecuador se convirtió en el sexto país con altos índices de eficiencia en servicio público, según el informe denominado ‘Diagnóstico Institucional del Servicio Público de Ecuador’ del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual evaluó el rendimiento de otras 15 del continente americano. La medición del estudio, realizado entre 2011 y 2015, se basó en el cumplimiento de buenas prácticas laborales contempladas en la Carta Interamericana de la Función Pública. En cuanto al sector privado, especialistas señalan desconocer de investigaciones o estudios de la atención al servicio al cliente, pero recalcaron que cada empresa podría ejecutarlos de manera interna. (Barros , 2018)

Héctor Delgado, exgerente del Banco Del Bank, señala que las situaciones desagradables que enfrenta el cliente no se da en todos los sitios, pero reconoce que la

mayoría presenta falencias; esto, por dos razones: no tener una buena cultura de servir al cliente y la falta de una enseñanza desde establecimientos educativos sobre la importancia de un usuario satisfecho. En cambio, para Lady Briones, subgerente de Marketing y Alianzas Estratégicas de Forthright Trade Solutions (empresa encargada a orientar a empresarios en sus negocios internacionales), manifiesta que las condiciones de trabajo y falta de incentivos conllevarían a estos comportamientos. (Barros , 2018)

1.3. Formulación del problema de investigación.

1.3.1. Problema científico general.

¿Existe calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de electricidad regional de Manabí, sede Manta?

1.3.2. Problemas específicos.

- ¿Cómo afecta la capacidad de respuesta de los funcionarios, en la resolución de problemas de los usuarios?
- ¿De qué manera el nivel de capacitación de los funcionarios influye en la satisfacción de los usuarios?
- ¿En qué medida influye el ambiente interno en la satisfacción de los usuarios?

1.4. Formulación del objeto de la investigación.

Campo: Administración.

Área: Institucional – Servicios básicos

Aspecto: Proyecto de Investigación

Tema: Calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta

1.5. Formulación de los objetivos de la investigación.

1.5.1. Objetivo General

Diagnosticar si existe calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Determinar cómo afecta la capacidad de respuesta de los funcionarios, en la resolución de problemas de los usuarios.
- Analizar de qué manera el nivel de capacitación influye en la satisfacción de los usuarios.
- Establecer en qué medida el ambiente interno de la empresa influye en la satisfacción de los usuarios.

1.6. Delimitación

1.6.1. Delimitación espacial

El proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, Ecuador.

1.6.2. Delimitación temporal

El proyecto de investigación se desarrollará en Noviembre del 2020, y culminará con su presentación en Abril del 2021.

1.6.3. Delimitación conceptual

Se enfoca en desarrollar los temas referentes a la calidad de servicio en la atención al cliente que brinda la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede – Manta.

1.7. Formulación de la Hipótesis

1.7.1. Hipótesis general.

La atención al cliente que ofrece la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta, está siendo brindada eficazmente.

1.7.2. Hipótesis específicas.

- ✓ La capacidad de respuesta por parte de los funcionarios del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta, afecta en la resolución de problemas de los usuarios.

- ✓ El nivel de capacitación de los funcionarios del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí sede Manta, incide en la satisfacción de los usuarios.
- ✓ El ambiente laboral que brinda el departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí sede Manta, afecta a la satisfacción de los usuarios

1.8. Determinación de las variables.

1.8.1. Variable.

- CALIDAD DE SERVICIO.

Según Montgomery DC (1985) “Calidad de servicio es el grado en que los productos cumplen con las exigencias de la gente que los utiliza”

2. DISEÑO METODOLÒGICO.

2.1. Tipos de investigación.

La presente investigación se desarrollara con un enfoque cuantitativo porque se recurre a estadísticas y se trabajara con datos numéricos.

Investigación de Campo: Según (Arias, 2012) “Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna”

Investigación Bibliográfica – Documental: Para la presente investigación la información que se ha obtenido es mediante de libros, artículos científicos, revistas, internet, entre otras.

2.2. Métodos de investigación.

El método utilizado en esta investigación es descriptivo ya que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Carillo Pilligua , 2019)

Se utiliza este método porque se trabaja mediante realidades y hecho, su característica primordial es presentar una interpretación adecuada sobre los resultados que se obtuvo.

2.3. Técnicas.

Según (Navas, y otros, 2010) “las encuestas son instrumentos adecuados para desarrollar conocimientos de la conducta humana, dado que las encuestas se fundamentan en la obtención de la realidad, tal y como se presenta en un momento determinado, y en el análisis de las relaciones entre la multitud de variables que configuran la actuación humana”

La técnica basada para la recolección de datos es la encuesta, basada en un cuestionario de la calidad de servicio del modelo Servqual, desarrollado por los

autores Parasuraman, Zithami, y Berry en el año 1988 donde se encuentran 22 preguntas apoyadas en 5 dimensiones de la calidad de servicio; donde se evalúan las características relacionadas con: Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y Elementos tangibles, dicho cuestionario será dirigido a los usuarios de la Corporación Nacional de Electricidad regional Manabí, sede Manta, de la ciudad.

El cuestionario Servqual es un cuestionario tipo Likert, el cual consiste en un: “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmación para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Sampieri et al, 2014) (p.238)

Aunque el modelo Servqual es un método de comparación entre la expectativa y la realidad, en esta investigación su alcance inicial de estudio solo está basado en la parte real, el cual permitirá diagnosticar la calidad de atención que brinda la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta.

2.4. Población de estudio.

Según, (Jesus, Miguel Angel, & Maria Guadalupe, 2016) “La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”.

Encuesta a usuarios.

Se consideró a los usuarios de la ciudad de Manta, donde los datos fueron obtenidos en la base de datos del Departamento de Atención al Cliente de la UN-CNEL-EP-Manabí, sede Manta.

Tabla 1: Población

USUARIOS	CANTIDAD
PARROQUIA ELOY ALFARO	11164
LOS ESTEROS	19897

MANTA	28906
SAN LORENZO	1011
SAN MATTEO	1136
SANTA MARIANITA	998
TARQUI	20947
TOTAL	84.059

Fuente: CNEL EP Unidad de Negocios Manabí, sede Manta

Autor. Katherine Zambrano.

2.5. Muestra.

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población”. (Zambrano Mendoza , 2012)

La muestra que se definió para la presente investigación son los usuarios de la Ciudad de Manta, datos que fueron proporcionados por el Departamento de Atención al Cliente de Electricidad Regional Manabí, sede Manta, para la realización de este presente estudio.

2.6. Tamaño de la muestra.

Se determinó con la fórmula de la población finita, que la muestra a aplicar en el instrumento de investigación es de 382 encuestas, utilizando el muestreo probabilístico aleatorio simple.

$$N = \frac{N \cdot Z^2 pq}{Z^2 p \cdot q + Ne^2}$$

$$N = \frac{(84.059) \cdot (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(1.96)^2 (0.5) \cdot (0.5) + (84.059)(0.05)^2}$$

$$N = \frac{(84.059) \cdot (3.84) \cdot (0.25)}{3.84 \cdot (0.25) + (84.059)(0.0025)}$$

$$N = \frac{(322.786,56) \cdot (0.25)}{(3.84)(0.25) + (210,15)}$$

$$N = \frac{80.696,64}{211,11}$$

$N = 382$ *Numero de encuestas*

n= Tamaño de la muestra.

Z= nivel de confianza (1,96)

p= 0.5 (Probabilidad de Éxito)

q= 0.5 (Probabilidad de fracaso)

N= Tamaño de la población

e= 5% = 0.05 (Precisión)

3. MARCO TEORICO.

3.1. Antecedentes investigativos.

Mediante las investigaciones que guardan semejanza con el presente estudio, se tiene los siguientes antecedentes; además que aportan con estudios y conocimientos más oportunos en el área que se está investigando.

(Villegas Yagual, 2015) Realizó la investigación titulada “Gestión de satisfacción al cliente en el sector eléctrico”. El propósito de este artículo fue de buscar alternativas que mejoren el servicio que ofrecen, determinando los factores que inciden en el mediante el análisis de los sistemas de gestión que operan en las empresas. Por medio de la aplicación de encuestas se logró determinar que, en relación con el cliente, de acuerdo a las leyes del sector eléctrico, a los usuarios no se les satisface sus requerimientos de manera oportuna, no existe un apoyo integro en el proceso interno de trabajo para poder alcanzar las metas propuestas por las empresas que brindan este servicio. Entre las conclusiones se obtuvo: es muy importante que la empresa se adapte al nuevo entorno organizacional, que pueda optimizar la gestión según la demanda del mercado y hacerla eficiente y eficaz. Los empleados de las empresas distribuidoras de energía necesitan recibir capacitación a largo plazo en servicio al cliente, relaciones interpersonales y relaciones públicas para mejorar su desempeño.

(Carrera Bernabe, 2016) Realizó la investigación “Evaluación del servicio de atención al cliente especiales de la empresa eléctrica de Santa Elena” en el año 2016. Siendo su objetivo principal: elaborar un diagnóstico del grado de satisfacción que poseen los clientes especiales con el servicio de atención al cliente para mejorar procesos de la empresa eléctrica unidad de negocio Santa Elena. La metodología utilizada para esta investigación es descriptiva, con un enfoque cuantitativo y

cualitativo que permitirá reflejar el nivel de satisfacción de los clientes especiales. La presente investigación permite evidenciar la forma en la que la reingeniería de proceso a través de la aplicación de tecnologías de información nos permite alcanzar los objetivos metodológicos como: optimizar el flujo de trabajo, implantar sistemas de medición y mejorar la calidad de servicio.

(Salazar Yopez & Cabrera Vallejo, 2016) Realizaron la siguiente investigación, “Diagnostico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo”. En la presente investigación el objetivo principal fue: medir la percepción de la calidad de servicio en los procesos administrativos por parte de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo. El presente estudio es una investigación de tipo descriptivo en ella se describe la calidad de servicio que presta la Universidad Nacional de Chimborazo a sus clientes y se contrasta con la expectativa del mismo. Para llevar a cabo la investigación, se procedió a diseñar un cuestionario que consta de veintidós preguntas, de acuerdo al modelo SERVQUAL donde se realizó un análisis de la información recolectada. Como conclusión se obtuvo: el índice de calidad del servicio (ICS) no está directamente relacionado. Se puede determinar el estado actual de la organización en términos de calidad del servicio, lo que indica que el cliente no está satisfecho con el servicio recibido, y se puede entender la opinión del cliente. Además, también se puede medir el servicio del cliente. La calidad del servicio debe ser continua para determinar las necesidades del cliente.

(Rubio Guerrero, 2014) Realizó la siguiente investigación titulada “Calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)”. El objetivo principal: conocer la impresión que los consumidores tenían acerca del servicio que reciben de los supermercados Carrefour, Éxito, Mercacentro, Makro, Homecenter y Yep y a partir de allí determinar las variables más sensibles para ellos y que a la postre servirían para la toma de

decisiones por parte de esas organizaciones. Este estudio realizó un enfoque mixto, es decir, los datos cualitativos están emparentados con los datos cuantitativos con el fin de enriquecer la metodología y, eventualmente, los resultados de la investigación. Este artículo presentó los resultados de la medición de la calidad del servicio que los clientes reciben de los grandes supermercados de Ibagué, mediante el empleo de la escala multi-ítem SERVQUAL (calidad del servicio por sus siglas en inglés), ya que esta herramienta es aplicada a la calidad del servicio, que se compone de 5 dimensiones en 22 ítems evalúa características relacionadas con los aspectos tangibles, la confiabilidad, la responsabilidad, la garantía, la seguridad y la empatía. Como conclusión se obtuvo: La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor con los proveedores de productos y servicios es un tema muy importante, no solo desde la perspectiva del cliente, sino también la información básica para que una amplia gama de gerentes tomen decisiones.

(Parra Penagos & Fonseca Rodriguez, 2016) Realizaron una investigación con el tema “La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones” en el año 2016. Su objetivo principal: hacer una revisión sobre la capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. En la presente investigación se hace una revisión sobre la capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones, se describe la formación y capacitación, como base de la mejora en todos los procesos y desarrollo de la organización. En vista de los diferentes requisitos y niveles de confiabilidad y calidad, el proceso de capacitación ayuda a mejorar las habilidades y conocimientos de los trabajadores de las organizaciones actuales para buscar una mayor eficiencia, calidad y servicio al cliente. En cuanto al sistema de calidad, dado que se logra el desarrollo de la planificación y el control para todas las etapas de la mejora continua, que se logra a través de las habilidades requeridas en un puesto determinado, la capacitación puede permitir a las organizaciones productivas obtener un buen desempeño y eficiencia. Como conclusión se obtuvo: la formación y capacitación son una base fundamental para

la planificación, desarrollo y evaluación de los sistemas de calidad, en busca de la satisfacción de los clientes y el logro de los resultados de la organización.

(Lopez Rueda, 2015) Realizo la investigación “La eficiencia y su importancia en el sector público”. Esta investigación tiene dos objetivos principales: primero pretende profundizar en el significado del concepto de eficiencia pública (o eficiencia del gasto público) para poder explicar la relación que existe entre ésta y el déficit público, y el segundo se analiza la necesidad de que aquélla mejore para poder seguir garantizando el nivel actual de servicios públicos en la economía española. Este artículo analiza el concepto de eficiencia pública y la necesidad de mejora para mejorar la eficiencia. Continuar asegurando el nivel actual de servicios públicos en la economía española. Se concluye: en la actual crisis económica esta mejora de la eficiencia del gasto tendría efectos muy positivos sobre la economía española, ya que al mejorar la misma facilitaría el mantener el nivel de servicios públicos actuales pero registrando un menor gasto público, gracias a los ahorros conseguidos.

(Becerra Peña, 2017) Realizó la investigación “La eficiencia en la gestión de los recursos del sector público: Una reflexión multidisciplinar”. Este artículo se sigue una metodología cualitativa de tipo descriptivo con el objetivo abordar los interrogantes sobre porqué, para qué y dónde, desde un enfoque multidisciplinar, acerca de las cuestiones de eficiencia en la gestión de los recursos públicos, resaltando su importancia como eje central de la actuación de la Administración Pública en la búsqueda de la satisfacción de las demandas sociales y el fomento del bienestar y del crecimiento económico. La importancia de cuantificar la producción del sector público en términos de bienes y servicios radica en entender cómo administrar los recursos públicos mediante la creación de indicadores de eficiencia que reflejen las relaciones costo-beneficio. Esto ayudará a generar información estadística oportuna, continua y confiable para el diagnóstico social de

cómo gastar y medir el desempeño mediante la planificación y evaluación del gasto público para mejorar la asignación de recursos y el progreso.

(Jimenez Bonilla & Jimenez Bonilla, 2016) Realizaron la investigación “Clima laboral y su incidencia en la satisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo”. El objetivo de esta investigación es determinar el grado de satisfacción de los empleados. Se pretende diagnosticar los niveles en que se presentan las dimensiones del clima laboral en los trabajadores de la empresa, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados OPS y S10/12, para determinar los niveles de Liderazgo, Motivación, Reciprocidad, Participación y Satisfacción Laboral. Es un estudio de análisis descriptivo que pretende medir la caracterización del clima laboral, situación que influye en el comportamiento de los trabajadores, con la intención de potencializar las habilidades del psicólogo organizacional en el manejo favorable del talento humano de una empresa de consumo masivo. Los resultados indican que el clima laboral no es completamente satisfactorio. Lo cierto es que, en general, la satisfacción de los trabajadores no es alta, porque la esencia de un buen clima laboral depende de las oportunidades que se creen para los trabajadores, y estas oportunidades corresponden a la empresa. Por eso es necesario proponer cambios para mejorar el clima laboral, por ejemplo, para optimizar la comunicación entre la alta dirección y los empleados directos, para delegar más responsabilidades a los empleados para la toma de decisiones, y para ganar la confianza de los socios en todos los aspectos.

(Guzmán Díaz, Tarapuez, & Parra Hernández, 2017) Realizaron la investigación “Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicio”. El objetivo de la presente investigación es analizar la relación existente entre estrategia y calidad en las empresas ganadoras del Premio Colombiano a la Calidad de la Gestión, sector servicios, durante los años 2013 y 2014. El estudio es de carácter exploratorio y descriptivo, se trabaja con 7 de las 9 empresas galardonadas en el periodo

mencionado. De acuerdo con la fundamentación teórica de la investigación, se analizaron 18 variables de la estrategia y la calidad, agrupadas en las siguientes categorías: a) aspectos propios de las empresas (tamaño, edad, subsector económico); b) estrategia: tipologías utilizadas por las empresas y componentes del proceso estratégico; y c) calidad: objetivo y propósito de los enfoques de gestión implementados, mecanismos de seguimiento y control y el ciclo de mejoramiento continuo. El método utilizado es Análisis de Correspondencias Múltiples, el cual permite reducir una gran cantidad de información en un número limitado de factores, con la menor pérdida posible de información.

(Skinner Romero & Leon de Alvarez, 2017) Realizaron la investigación “Calidad en el servicio de las empresas aseguradas del municipio libertador del estado de Mérida”. El presente trabajo tiene como propósito conocer la calidad del servicio ofrecida por las empresas aseguradoras del municipio Libertador, estado Mérida. A tal fin se realizó una investigación, documental, descriptiva y de campo utilizando el modelo SERVQUAL para medir las brechas del servicio que impactarán en la calidad percibida por el usuario. A continuación se anexa la ficha técnica de investigación, donde se describe el método utilizado:

Tabla 2: Ficha técnica del diseño de investigación.

FICHA TÉCNICA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Aspecto	Explicación
Enfoque de la investigación	Cuantitativo
Niveles y diseño de la investigación	Estudio exploratorio y descriptivo y el diseño es una investigación documental y de campo y transversal.
Area espacial y temporal	Sucursales de las aseguradoras nacionales en el municipio Libertador del estado Mérida en primer trimestre del año 2012 (Superintendencia de Seguros)
Unidades de análisis	Son las personas naturales que sean clientes de las empresas aseguradoras del Municipio Libertador del estado Mérida.
Población	Está conformada por todas las personas naturales que sean clientes de las empresas aseguradoras del Municipio Libertador del estado Mérida.
Método de muestreo	La muestra es de tipo probabilística y sistemática
Técnica e instrumento de recolección de datos	Encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado 384 personas clientes de las empresas aseguradoras.
Técnicas de análisis de datos	Programa SPSS. El análisis fue hecho en el lenguaje R (referencia R Development Core Team 2011). A su vez se aplicaron las pruebas de normalidad de Shapiro-Wilk y de rangos con signos de Wilcoxon para muestras pareadas.

Fuente: (Skinner Romero & Leon de Alvarez, 2017)

Se concluye: el servicio que brindan las compañías de seguros en Libertado, Mérida es inadecuado o deficiente. En relación con la estructura jerárquica de los atributos analizados, la capacidad de respuesta es lo primero que importa para los clientes, seguida de la fiabilidad, la seguridad, la viabilidad y la empatía.

(Carlos & Fernando, 2016) Realizaron la siguiente investigación “La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones”. El objetivo de esta investigación es hacer una revisión sobre la capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. Inicialmente se plantean algunos antecedentes relacionados con la calidad y capacitación; posteriormente se realiza una conceptualización de la capacitación como una manera de formación en la organización, y finalmente, se enfatiza en la capacitación como base de la gestión de calidad en las organizaciones. Se concluyó que la capacitación influye directamente en la calidad desde el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas; coadyuvando al desarrollo de los sistemas de calidad en la organización.

(Miranda Hayes, 2016) Realizó la investigación “Motivación del talento humano: La clave del éxito en una empresa”. El objetivo de este artículo es explicar la gran importancia de la gestión de talento humano para retener el capital humano de la organización, como un camino para influir positivamente sobre su capacidad, contribuyendo, de este modo, a la mejora de resultados organizativos. En la gestión de talento humano, el desarrollo y la retención de talentos es muy importante para la empresa. Específicamente, debido al desarrollo de la propia empresa y sus competidores, la retención de talentos se ha convertido en un gran desafío. Entonces, La Gestión de Talento Humano constituye un factor clave, fundamental y decisivo, pues si el éxito de las empresas depende directamente de las personas y de su forma de actuar, relacionarse, involucrarse con la organización, de su desempeño, de las labores que realizan y cómo lo hacen, por consiguiente, se puede decir que invertir y dar importancia a las personas puede generar grandes beneficios dentro de la empresa.

3.2. Bases teóricas.

3.2.1.1. Principales Teorías de la Calidad.

3.2.1.1.1. *Edwards Deming.*

Durante la Segunda Guerra Mundial, Deming enseñó a los técnicos e ingenieros estadounidenses sobre estadísticas que podrían mejorar la calidad de los materiales de guerra. Fue este trabajo el que llamó la atención de los japoneses.

Deming fue invitado a Japón cuando la industria y la economía estaban en crisis. Cambiaron su forma de pensar, su estilo de liderazgo, su trato con los empleados y se tomaron su tiempo.

Siguiendo la filosofía de Deming, los japoneses se convirtieron completamente su economía y productividad en el líder mundial. El emperador Horohito quedó tan impresionado por este cambio que le otorgó a Deming la Medalla del Tesoro Sagrado de Japón en su segundo grado. La mención decía: “El pueblo de Japón atribuyen el renacimiento de la industria japonesa y su éxito mundial a Deming”

Edwards W. Deming revolucionó la gestión en las empresas de fabricación y servicios al insistir en que la alta dirección sea responsable de la mejora continua de la calidad. Internacionalmente conocida como consultora cuyo trabajo introdujo nuevos principios de gestión en la industria japonesa y revolucionó su calidad y productividad.

Es aquí donde aparece la Teoría de Edwards Deming; entre las diferentes aportaciones de este autor a la calidad podemos recalcar dos: Los catorce puntos de Deming y la divulgación del ciclo PDCA de Stewart. (Deming, 1982), esta teoría pretende demostrar la importancia que tienen las personas en las empresas, está enfocada en cada papel que desempeña cada trabajador dentro de las empresas desde el nivel superior hasta el más bajo. (Carillo Pilligua , 2019)

3.2.1.1.2. Phillip B. Crosby.

Implementa la palabra PREVENCIÓN como palabra clave en la definición de la calidad general. Dado que el paradigma que Crosby quiere eliminar es que la calidad proviene de la inspección, las pruebas y la revisión. Esto resultó en que perdiéramos tiempo y material, ya que esto, junto con la mentalidad de inspección, prepara al personal para una falla. Por eso "hay que prevenir y no corregir".

Crosby propone 4 pilares que debe incluir un programa corporativo de la calidad, los cuales son:

- Participación y actitud de la administración.
- Administración profesional de la calidad.
- Programas originales.
- Reconocimiento

La filosofía de "CERO DEFECTOS", de Philip Crosby, es un programa de mejora de calidad, donde el objetivo primordial consiste en hacer las cosas bien a la primera. En busca de la perfección se rompe con el sistema de detección de errores en los productos y procesos de fabricación. El programa cero defectos pone a disposición de los operadores los resultados obtenidos durante la inspección de calidad.

3.2.1.1.3. Armad V. Feigenbaum

Feigenbaum afirma en su teoría que "calidad" no significa "mejor", sino el mejor servicio y precio para el cliente, al igual que la palabra "control", que es una herramienta de gestión. (Feigenbaum, 1951)

(Feigenbaum, 1951), considera que la calidad es la única y más importante fuerza que lleva al éxito a la organización y al desarrollo de la compañía en los mercados nacionales e internacionales. Enfoca su teoría de Control Total de Calidad, como el análisis en todas las fases de los procesos de producción en la industria, desde la especificación del cliente hasta la venta del producto al mismo, considerando la satisfacción con el servicio.

Para Feigenbaum son importante los requerimientos del consumidor a la hora de diseñar el producto final, sus fases de producción. Considera que tener en cuenta lo que el cliente espera del producto tanto como de la empresa mejorará de manera global a la empresa, lo que tendrá un impacto positivo a largo plazo en la economía de la compañía.

Esta teoría nos da como conclusión que la calidad no solo es responsabilidad de una sola área, sino de toda la organización; por este motivo, es primordial la ayuda de la organización en general para poder lograrla de manera efectiva. Todo esto con el único objetivo que es comprobar que cada proceso comience desde sus primeras etapas y no al final.

3.2.1.1.4. Joseph M. Juran.

Nació en Estados Unidos publicó su primer libro en 1951, el manual de Control de Calidad. Después del lanzamiento de su primer libro fue invitado a Japón a dar conferencias y seminarios a los ejecutivos.

Algunos de sus principios son su definición de la calidad de un producto como “adecuación al uso”, su “trilogía de la calidad”, consistente en planeación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad, el concepto de autocontrol y la secuencia universal de mejoramiento, también hizo su aporte con los catorce puntos.

El enfocaba su teoría en la administración vista de arriba hacia abajo y en métodos o técnicas antes que el orgullo o la satisfacción del trabajador. Es decir que la importancia recaía en utilizar métodos o técnicas para la resolución de problemas. También hacía énfasis que la calidad es la adecuación para el uso en términos de diseño, conformación, disponibilidad, seguridad y uso práctico. (Carillo Pilligua , 2019)

La importancia del pensamiento de Juran radica en su creencia de que hay más factores que influyen en la calidad que las pruebas del producto a posteriori en busca de defectos, enfatizando en el lado humano.

Lo que quiere transmitir es que en lugar de esperar a que el producto esté terminado para encontrar defectos, es mejor analizar todo el proceso de producción para prevenirlo que corregirlo.

3.2.1.2. Significado de empresas eléctricas.

Se puede definir como una entidad encargada de generar, distribuir y comercializar energía eléctrica a todo el país.

La actividad de las empresas eléctricas del país es proporcionar la producción y distribución de energía en proporciones suficientes para los sectores que requieren el servicio eléctrico a través de una red de transporte de energía constituida por los elementos necesarios para llevar hasta los puntos de consumo a través de grandes distancias generadas en las centrales eléctricas de alta calidad y confiabilidad que garantice el uso de la misma.

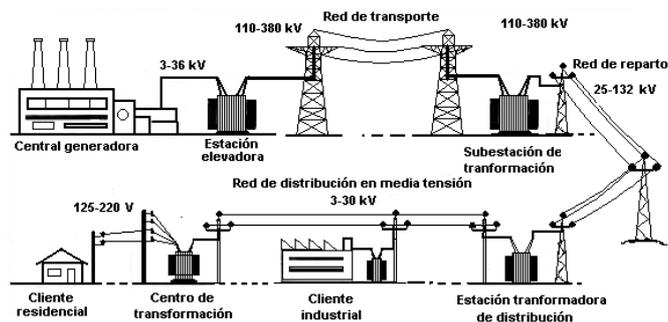


Grafico 2 Sistema de suministro electric
Fuente: (CALVACHE, 2015)

Las empresas eléctricas son de vital importancia porque son las que proveen de servicio eléctrico el cual es imprescindible en la vida del ser humano.

3.2.1.3. Calidad.

A continuación se citaran algunos autores que se refieren al tema de calidad, para poder entender el concepto de manera más profunda.

“Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción

a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente” (Deming, 1982)

“La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos (Juran , 1988):

1) La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.

2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

“De manera sintética, calidad significa calidad del producto. Más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” (Escobar Valencia & Mosquera Guerrero, 2013)

(Torres & V´asquez, 2010) “supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes.”

Entonces analizando los conceptos referentes a calidad quiere decir, que la calidad del servicio al cliente es uno de los medios que permite descubrir las apreciación y expectativas que tienen los usuarios en cuanto al servicio recibido.

En otras palabras, la calidad de servicio es el resultado más eficiente donde nos muestra que se han cumplido con todas las necesidades del cliente.

3.2.1.3.1. Servicio.

Según la serie de las normas ISO 9000, “el servicio es el resultado de llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz proveedor-cliente”.

Según (Cervantes Atia, Stefanell Santiago, Peralta Miranda, & Salgado Herrera, 2018) “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no se puede poseer”

Para Richard Sandhusen, (2002) "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo"

Es decir, servicio es todo lo que es perceptible para el cliente y que produce un valor agregado, en el preciso momento en que se produce un aumento en la satisfacción.

3.2.1.4. Calidad de servicio.

Para Parasuraman et al. (1985), la calidad en los servicios es un concepto abstracto e indeterminado por sus características de intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad de la producción y consumo.

Según (Rivera Solis , 2018) argumenta en su proyecto investigativo "que los investigadores de marketing, definen el término calidad como la totalidad de características de un producto o servicio, que le confieren su habilidad para satisfacer necesidades explícitas o implícitas e igualmente que la calidad puede representarse de manera objetiva y subjetiva".

(Veloz Navarrete, 2016) Define a la calidad del servicio como: "El resultado de un proceso de evaluación, que es la calidad del servicio percibida, donde el cliente regularmente compara sus expectativas con su percepción del servicio recibido." (p.21).

(Caldera Morrillo, 2011) "La calidad del servicio consiste en satisfacer las demandas o exigencias de este, lo que implica uno de los medios que le permite a la empresa conocer su percepción y expectativa, considerando su funcionamiento en cuanto a la tangibilidad, que implica la adecuación de sus instalaciones, tiempo de espera, equipos, capacitación, mobiliario y comunicación." (p. 338).

Por lo tanto, la calidad del servicio al cliente es uno de los medios que permite detectar las percepciones y expectativas de los usuarios en cuanto al servicio recibido. En otras palabras, la calidad de servicio viene a ser el resultado eficiente

donde se ha cumplido con las necesidades y expectativas del cliente, producto de la demostración del buen desempeño empresarial.

3.2.1.5. Atención al Cliente.

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Rivera Solis , 2018)

Hoy día, la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante para las empresas.

3.2.1.6. Capacitación.

“La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral.” (Chiavenato, 2009)

“La capacitación es entendida como el esfuerzo generalizado para mejorar los conocimientos y las destrezas disponibles en la organización. Las acciones de capacitación deben basarse en un acercamiento entre el área de recursos humanos y la línea. Debe responder también a la difusión de las prácticas de la compañía para pertenecer a ella y representarla. El término, se utiliza con frecuencia de manera casual, para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización, para impulsar el aprendizaje de sus miembros.” (Veloz Navarrete, 2016)

Se entiende como capacitación al proceso que ayuda a los colaboradores de una empresa a ampliar sus conocimientos. Es por ello, que las empresas deben de capacitar constantemente a su personal para el incremento de la productividad y calidad en el trabajo, no sin antes recalcar que la capacitación no es un gasto innecesario, sino más bien es una inversión que trae beneficios para una entidad.

Para desarrollar y preparar al recurso humano y obtener un mejor logro de objetivos, es necesario formar un proceso de capacitación y así modificar sistemáticamente el comportamiento de los colaboradores. La misma se relaciona con las habilidades y capacidades que se exigen dentro de la empresa.

3.2.1.6.1. Importancia de capacitación.

(Siliceo , 2004) “explica que la capacitación es una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actividades del colaborador.”

Para que los objetivos de la empresa se cumplan, es necesaria la capacitación constante de los colaboradores, de tal manera se satisfacen las necesidades actuales de la empresa y se prevén las necesidades futuras de la misma.

3.2.1.6.2. Beneficios de tener un talento humano capacitado.

Las capacitaciones en todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las primordiales fuentes de bienestar para el personal y la organización, es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado y productivo. (Reza, 2007)

Por ende debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que trae beneficios para la empresa

De esta manera los principales beneficios de mantener el talento humano calificado son:

- ✓ Contribuye a la toma de decisiones y solución de problemas.
- ✓ Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.

- ✓ Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- ✓ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- ✓ Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- ✓ Permite el logro de metas individuales.
- ✓ Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.

3.2.1.7. Satisfacción al cliente.

Según (Carrasco Fernandez, 2013) “La satisfacción del cliente es una dimensión muy importante de la calidad de cualquier servicio prestado por la empresa en general y de la calidad de la retención al cliente en particular.” (p.74).

Según (Philip), “define a la satisfacción al cliente como el grado en el que el desempeño percibido de un servicio coincide con las expectativas del cliente”. (p. 14).

(Prieto Herrera , 2014) Indica: “La satisfacción del cliente es importante porque es la única manera en la que una compañía puede crecer y sobrevivir, ya que el cliente satisfecho vuelve a comprar y nos recomienda; esta es la forma de obtener ingresos para pagar los salarios, pues con la actitud frente al cliente que se crea un compromiso personal y con el servicio se marca la gran diferencia en el mercado.” (p. 118).

Por lo tanto, mediante la definición de estos autores se define que la satisfacción al cliente es una variable que puede permitir determinar la medida de la calidad del servicio prestada ha sido percibida por los clientes según sus criterios, por esto, da como finalidad la satisfacción plena de sus necesidades, siendo esta necesaria para toda organización.

4. DIAGNOSTICO O ESTUDIO DE CAMPO.

D1: Fiabilidad.

P1: La atención al cliente es la adecuada.

Tabla 3 Atención al cliente.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	56	15%
Bastante de acuerdo	41	11%
Medianamente de acuerdo	66	17%
Casi en desacuerdo	124	32%
En desacuerdo	95	25%
Total	382	100%

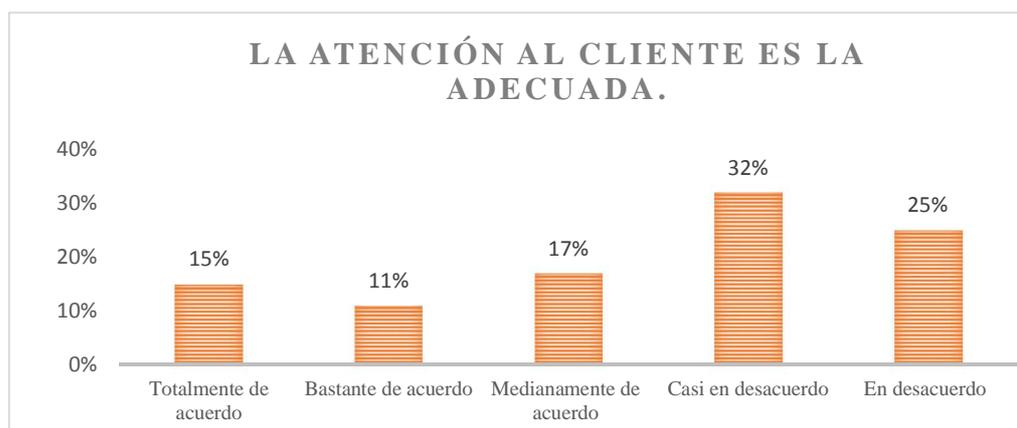


Gráfico 3 Atención al cliente

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

De acuerdo a la tabla 3 y gráfico 3 se puede observar que el 32% escogieron el literal 2 correspondiente a casi en desacuerdo, lo que quiere decir que la mitad de los usuarios consideran que la atención que brindan los usuarios no es la adecuada.

P2: La respuesta planteada por los funcionarios es la adecuada.

Tabla 4 Respuesta al cliente.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	46	12%
Bastante de acuerdo	64	17%
Medianamente de acuerdo	109	29%
Casi en desacuerdo	88	23%
En desacuerdo	75	20%
Total	382	100%

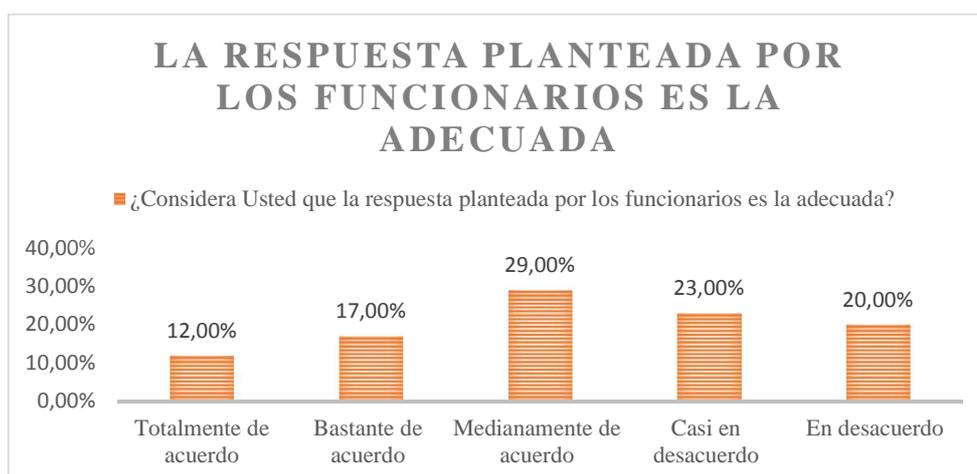


Gráfico 4 Respuesta al cliente.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

De acuerdo a la tabla 4 e gráfico 4 se puede observar que los habitantes en un 29% estuvo medianamente de acuerdo con la respuesta planteada por los funcionarios, seguido de este valor un 23% estuvo casi en desacuerdo, lo que se puede evidenciar que no existe una clara opinión por parte de los habitantes referente a la respuesta planteada por los funcionarios.

P3: Me siento satisfecho con la calidad del servicio brindado por el departamento.

Tabla 5 Satisfaccion al cliente.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	40	10%
Bastante de acuerdo	42	11%
Medianamente de acuerdo	77	20%
Casi en desacuerdo	126	33%
En desacuerdo	97	25%
Total	382	100%

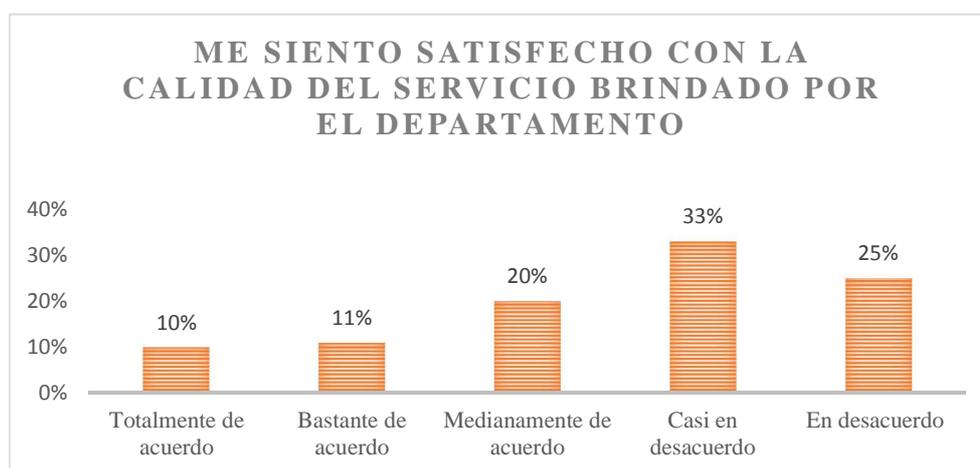


Gráfico 5 Satisfaccion al cliente.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 5 e gráfico 5, se visualiza que el porcentaje mayor corresponde al 33% de los usuarios que se encuentran casi en desacuerdo con la satisfacción que pueden sentir a la hora de obtener el servicio brindado, seguido del 25% de los usuarios que escogieron en desacuerdo.

P4: He superado las expectativas de los servicios recibidos por el departamento.

Tabla 6 Expectativas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	24	6%
Bastante de acuerdo	37	10%
Medianamente de acuerdo	66	17%
Casi en desacuerdo	156	41%
En desacuerdo	99	26%
Total	382	100%

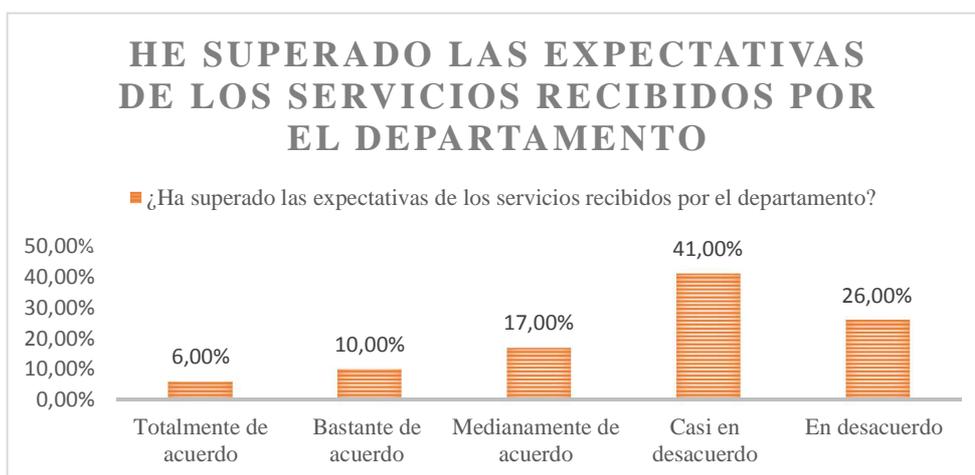


Gráfico 6 Expectativas.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

En la tabla 6 y gráfico 6 se refleja una sucesión cronológica de valores en donde el 41% es el mayor, seguido de 26% y finalmente 6% como escala menos optada en el test de Likert, lo que refleja para los habitantes que los servicios recibidos en el área de atención al cliente mediante las encuestas mencionaron que no superaron las expectativas recibidas por el departamento.

P5: El tiempo en que se tardan en atender mis peticiones es el apropiado.

Tabla 7 Oportuno

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	2%
Bastante de acuerdo	16	4%
Medianamente de acuerdo	42	11%
Casi en desacuerdo	229	60%
En desacuerdo	88	23%
Total	382	100%

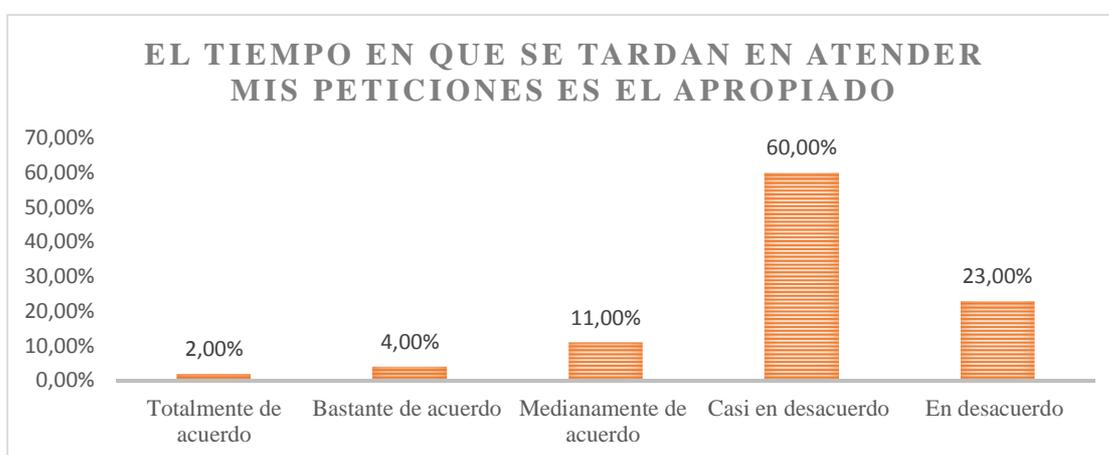


Gráfico 7 Oportuno.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede identificar que un 60% de los usuarios escogieron el literal 2 que corresponde a casi en desacuerdo lo que significa que consideran que el tiempo en que los funcionarios tardan en responder todas sus peticiones es el incorrecto, mientras que un 2% de los habitantes escogieron el literal 5 que corresponde a totalmente de acuerdo.

D2: Capacidad de respuesta.

P6: El tiempo que la empresa emplea para dar solución a un problema, hace que este se solucione de manera eficaz.

Tabla 8 Eficacia.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	7%
Bastante de acuerdo	38	10%
Medianamente de acuerdo	54	14%
Casi en desacuerdo	57	15%
En desacuerdo	207	54%
Total	382	100%

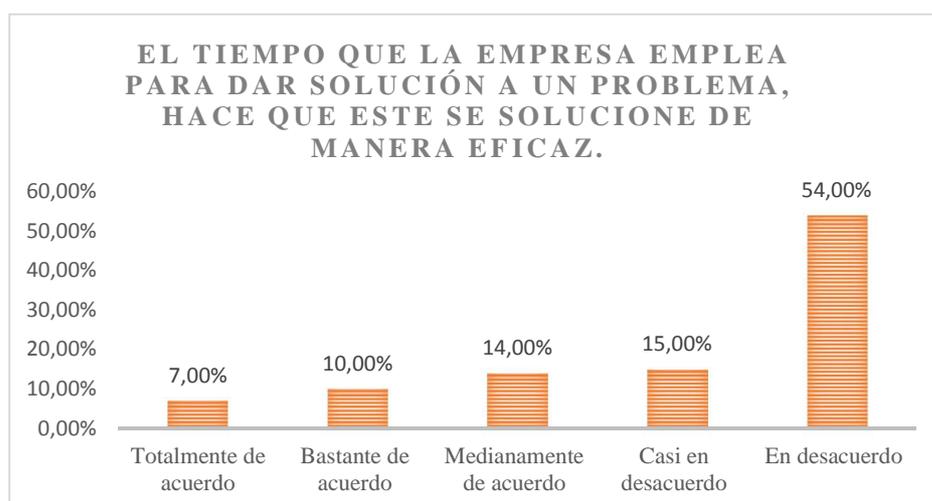


Gráfico 8 Eficacia.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 8 y gráfico 8 el porcentaje predominante es del 54% en desacuerdo lo que logra identificar que en la escala de Likert los usuarios eligen el literal 1 al considerar que el tiempo que la empresa emplea para dar solución a un problema esto no hace que se resuelva de una manera eficaz.

P7: El momento de realizar un reclamo a la Corporación eléctrica Regional Manabí sede Manta, esta cumple con los plazos acordados.

Tabla 9 Periodo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	2%
Bastante de acuerdo	26	7%
Medianamente de acuerdo	58	15%
Casi en desacuerdo	194	51%
En desacuerdo	95	25%
Total	382	100%

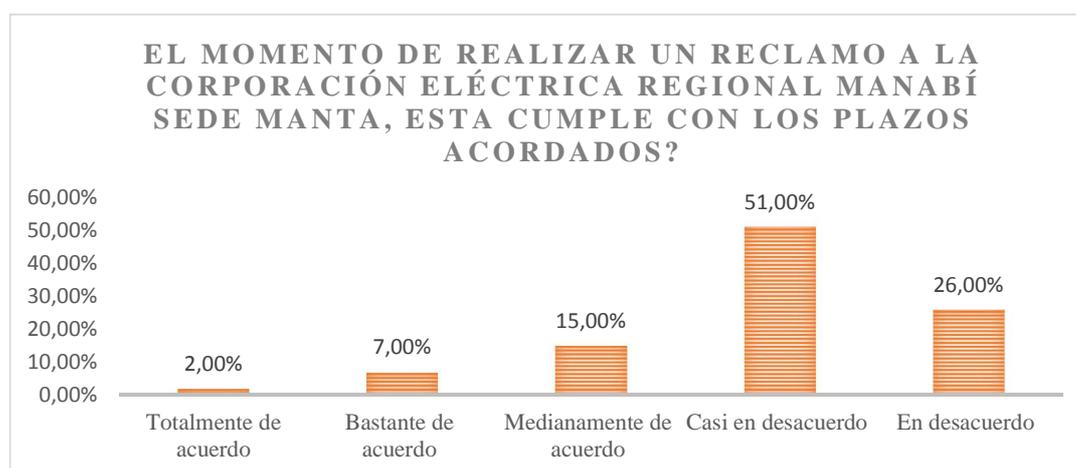


Gráfico 9 Periodo.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

En esta pregunta se identifica que el 51% de los usuarios al momento de realizar un reclamo consideran que la CNEL no lo realiza dentro de los plazos acordados, seguido de un 26% que escogieron el literal 1 correspondiente a en desacuerdo, mientras que un 2% consideran todo lo contrario.

P8: El plazo para la solución a sus reclamos, solicitudes de servicio o pedidos de información por parte de corporación Regional Manabí sede Manta es oportuno

Tabla 10 Respuesta al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	16	4%
Bastante de acuerdo	26	7%
Medianamente de acuerdo	39	10%
Casi en desacuerdo	95	25%
En desacuerdo	206	54%
Total	382	100%

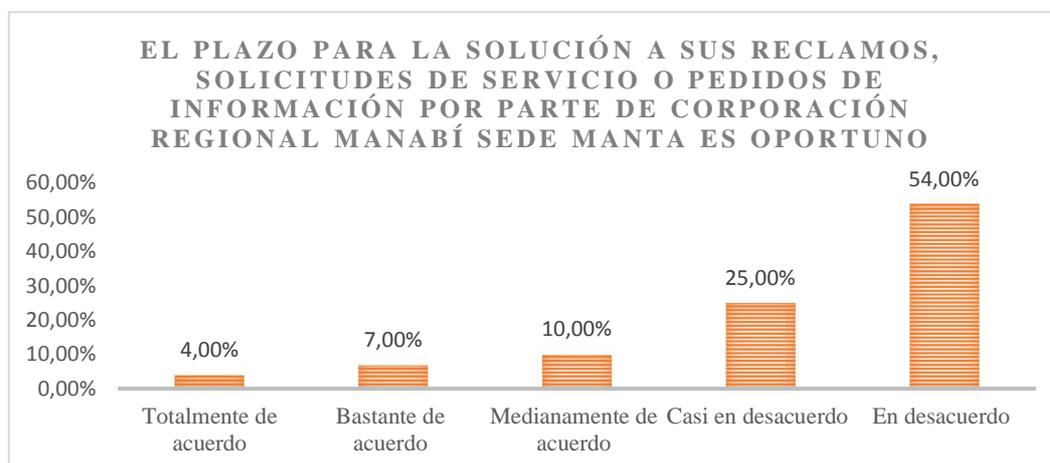


Gráfico 10 Respuesta al cliente.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

En esta pregunta se identifica que el 54% de los habitantes consideran que el plazo para la solución de sus requerimientos no es el oportuno, seguido del 25% que escogieron el literal 2 que corresponde a casi en desacuerdo, mientras que solo un 4% determinaron que están en totalmente de acuerdo al tiempo que se le da para la resolución de sus problemas.

P9: Los funcionarios del departamento responden correctamente a las preguntas que le realicé.

Tabla 11 Resolución de problemas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	31	8%
Bastante de acuerdo	239	63%
Medianamente de acuerdo	64	17%
Casi en desacuerdo	34	9%
En desacuerdo	14	4%
Total	382	100%

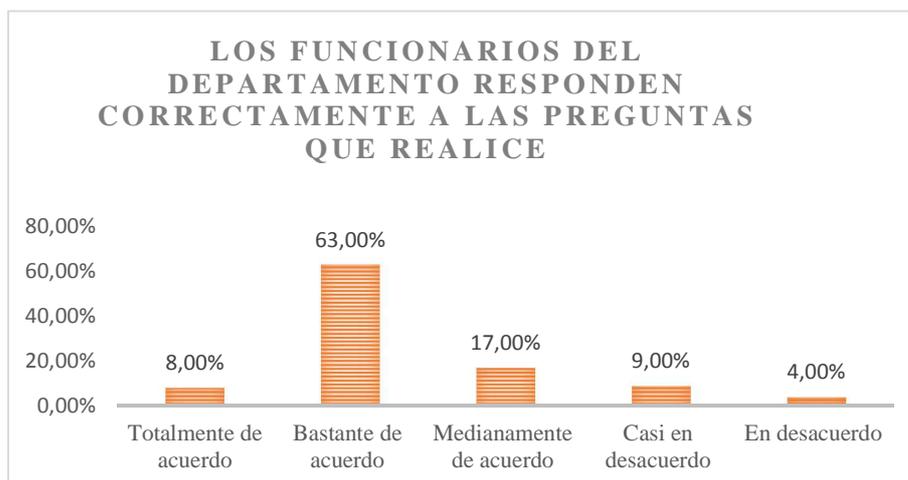


Gráfico 11 Resolución de problemas.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 11 y gráfico 11 se logra demostrar que los habitantes con un 63% que corresponden a bastante de acuerdo están seguros que para los funcionarios a la hora de sus preguntas responden de manera correcta.

D3: Seguridad.

P10: El funcionario le demuestra seguridad en la información proporcionada.

Tabla 12 Eficacia.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	36	9%
Bastante de acuerdo	45	12%
Medianamente de acuerdo	81	21%
Casi en desacuerdo	157	41%
En desacuerdo	63	16%
Total	382	100%

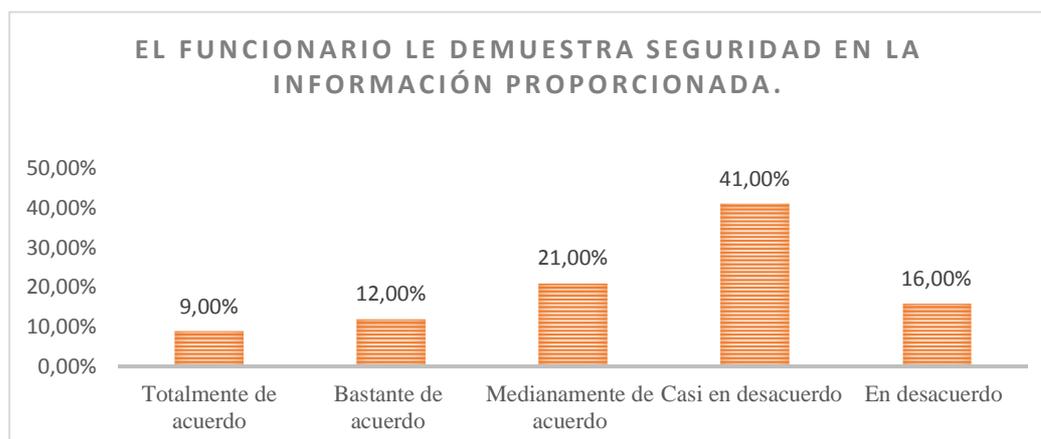


Gráfico 12 Eficacia.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

De acuerdo a la tabla 12 y gráfico 12la seguridad a la hora de brindarle información a los usuarios es muy importante para los habitantes, pero no se sienten satisfechos con lo brindado por los funcionarios del departamento de atención al cliente ya que con un 41% de los habitantes escogieron el literal 2 que corresponde al literal Casi en desacuerdo.

P11: El funcionario atiende con cortesía y amabilidad cuando le expreso un reclamo.

Tabla 13 Empatía.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	35	9%
Bastante de acuerdo	44	12%
Medianamente de acuerdo	116	31%
Casi en desacuerdo	95	26%
En desacuerdo	81	22%
Total	371	100%

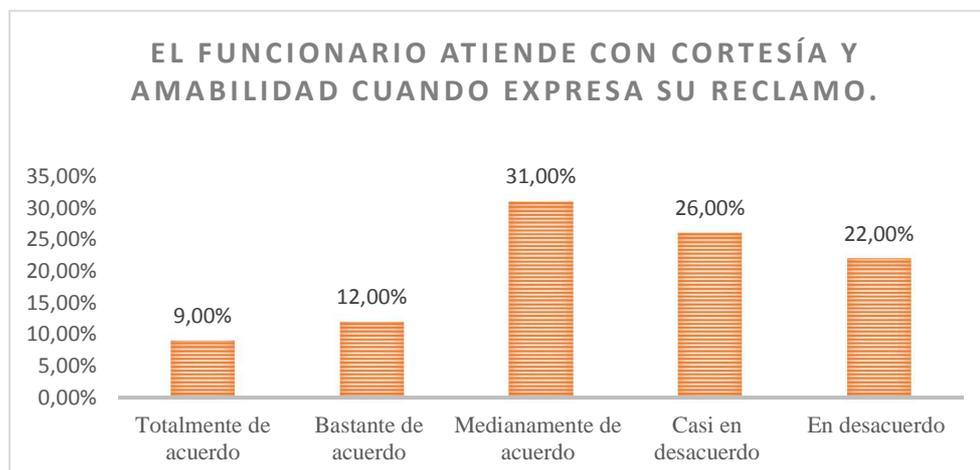


Gráfico 13 Empatía.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

De acuerdo a la tabla 13 e gráfico 13 se logra demostrar que en un 31% de los habitantes consideran que la empatía de los funcionarios hacia los usuarios es muy importante, pero una pequeña cantidad consideran que la atención es brindada con cortesía a la hora de expresar sus reclamos, le sigue el 26% en casi en desacuerdo y finaliza con un 9% que están en totalmente de acuerdo.

P12: Los funcionarios tienen los conocimientos suficientes para responder a sus peticiones.

Tabla 14 Conocimiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	34	9%
Bastante de acuerdo	51	13%
Medianamente de acuerdo	69	18%
Casi en desacuerdo	150	39%
En desacuerdo	78	20%
Total	382	100%

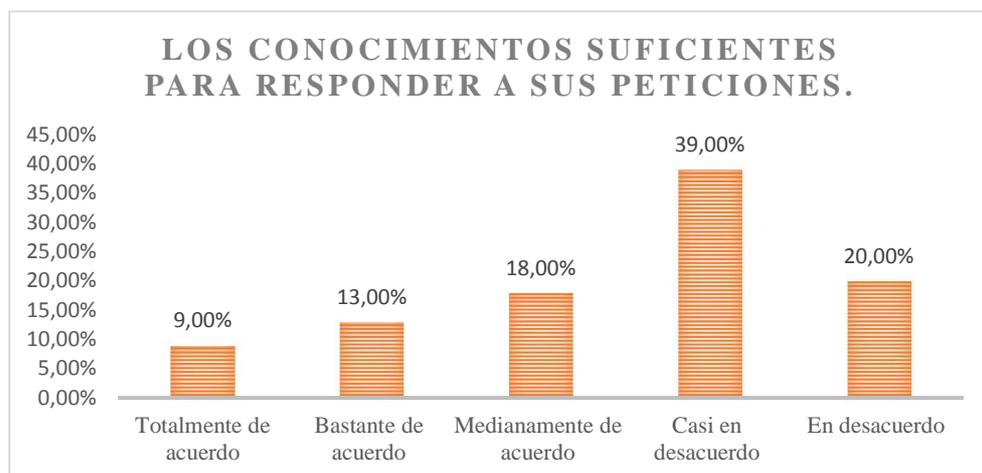


Gráfico 14 Conocimiento.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

Se puede observar en la tabla 14 e gráfico 14 que la escala más seleccionada es la correspondiente a casi en desacuerdo siendo este el literal 2 con un 39%, lo que da como interpretación que los usuarios consideran que al momento de requerir sus servicios los funcionarios no tienen los conocimientos suficientes para responder sus peticiones.

P13: El funcionario explica de forma clara y concisa mis requerimientos.

Tabla 15 Eficacia.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	24	6%
Bastante de acuerdo	57	15%
Medianamente de acuerdo	93	24%
Casi en desacuerdo	125	33%
En desacuerdo	83	22%
Total	382	100%

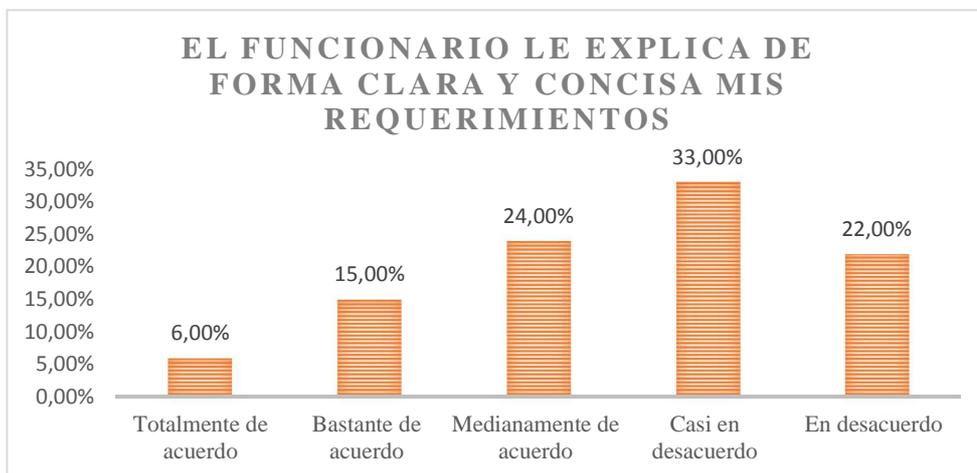


Gráfico 15 Eficacia.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

En la tabla 15 y gráfico 15 el valor más seleccionado por los habitantes fue el número 2 correspondiente a casi en desacuerdo, donde el 33% de los habitantes consideran que los funcionarios a la hora de sus requerimientos no le explica de una manera clara y concisa, seguido de este un 24% escogieron el literal 3 medianamente de acuerdo.

P14: La respuesta planteada por los funcionarios es la adecuada.

Tabla 16 Respuesta planteada

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	7%
Bastante de acuerdo	38	10%
Medianamente de acuerdo	231	60%
Casi en desacuerdo	53	14%
En desacuerdo	34	9%
Total	382	100%

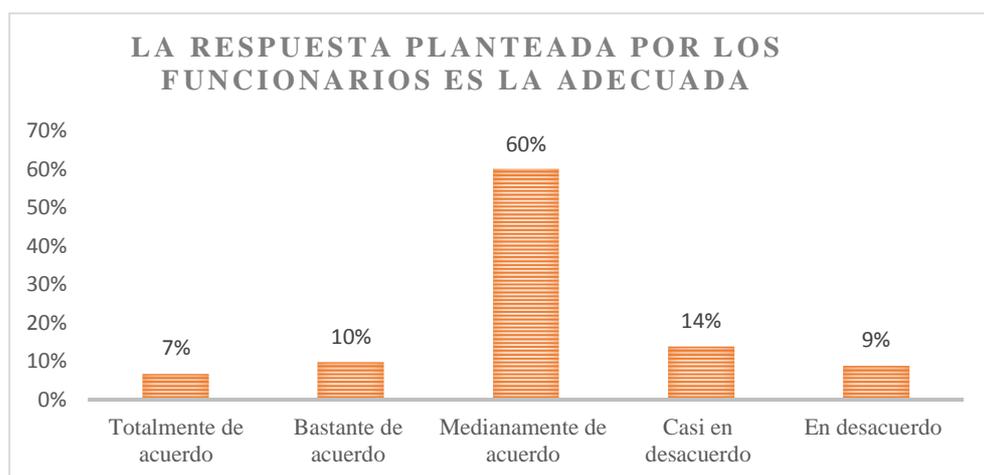


Gráfico 16 Respuesta planteada.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 16 y gráfico 16, se evidencia que el 60% más de la mitad de los usuarios encuestados consideran que el departamento de atención al cliente a la hora de respuesta de sus peticiones es la adecuada a sus requerimientos.

D4: Empatía.

P15: El departamento emplea un tiempo preciso para atender a cada cliente.

Tabla 17 Precision

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	7%
Bastante de acuerdo	23	6%
Medianamente de acuerdo	36	9%
Casi en desacuerdo	230	60%
En desacuerdo	67	18%
Total	382	100%

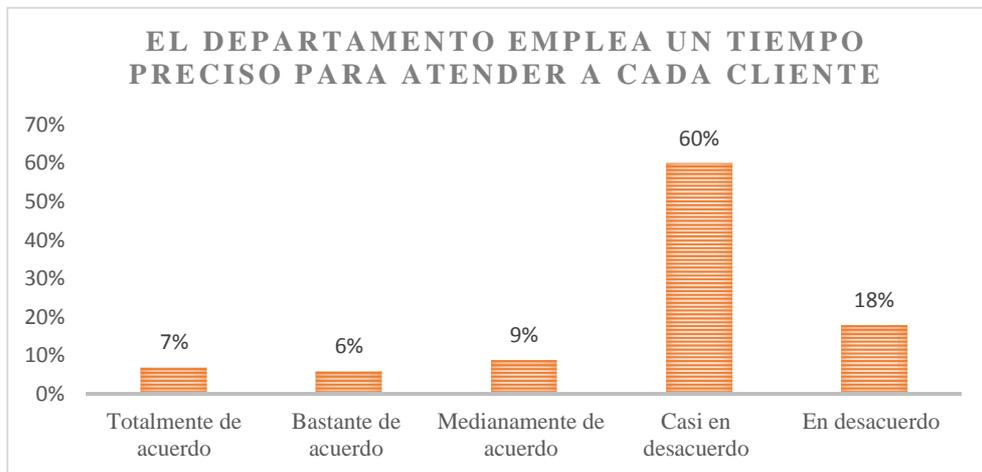


Gráfico 17 Precision.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 17 y gráfico 17, se evidencia que el 60% más de la mitad de los usuarios encuestados consideran que el departamento de atención al cliente no emplea un tiempo preciso para su atención, mientras que un 7% consideran totalmente lo contrario.

P16: El funcionario siempre está atento a mis necesidades y requerimientos.

Tabla 18 Necesidades

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	7%
Bastante de acuerdo	38	10%
Medianamente de acuerdo	256	67%
Casi en desacuerdo	34	9%
En desacuerdo	29	8%
Total	382	100%

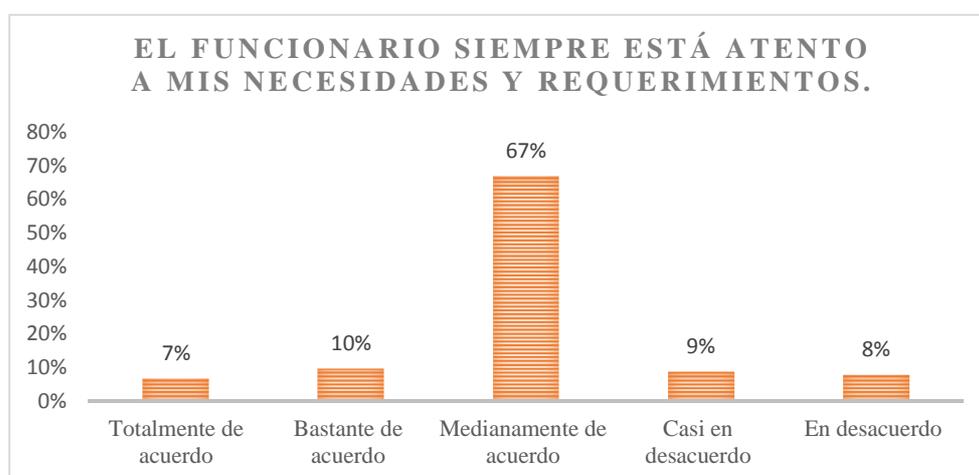


Gráfico 18 Necesidades.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 18 y gráfico 18, se evidencia que el 67% de los usuarios encuestados consideran medianamente de acuerdo que los funcionarios están atento a sus necesidades y requerimientos a la hora de la atención.

P17: El comportamiento de los empleados influye en una atención de calidad.

Tabla 19 Conducta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	33	9%
Bastante de acuerdo	55	14%
Medianamente de acuerdo	214	56%
Casi en desacuerdo	46	12%
En desacuerdo	34	9%
Total	382	100%

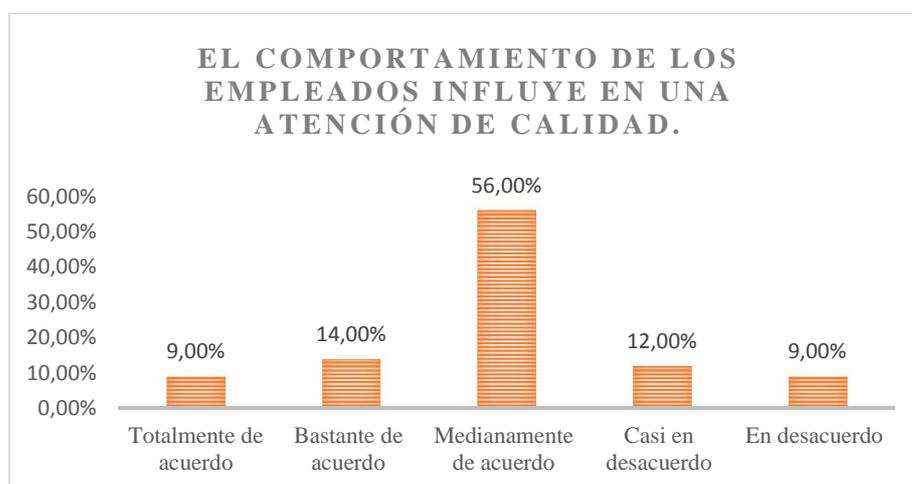


Grafico 19 Conducta

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 19 e ilustración 25 se logra demostrar que en un 56% de los usuarios encuestados consideran que la conducta de los funcionarios influye bastante para que la atención sea de calidad, sin embargo también existe un 9% que están en desacuerdo en que la conducta tiene relación con una atención de calidad.

P18: La empresa se preocupa por lograr la satisfacción de sus clientes.

Tabla 20 Satisfaccion al cliente.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	5%
Bastante de acuerdo	40	10%
Medianamente de acuerdo	39	10%
Casi en desacuerdo	232	61%
En desacuerdo	53	14%
Total	382	100%

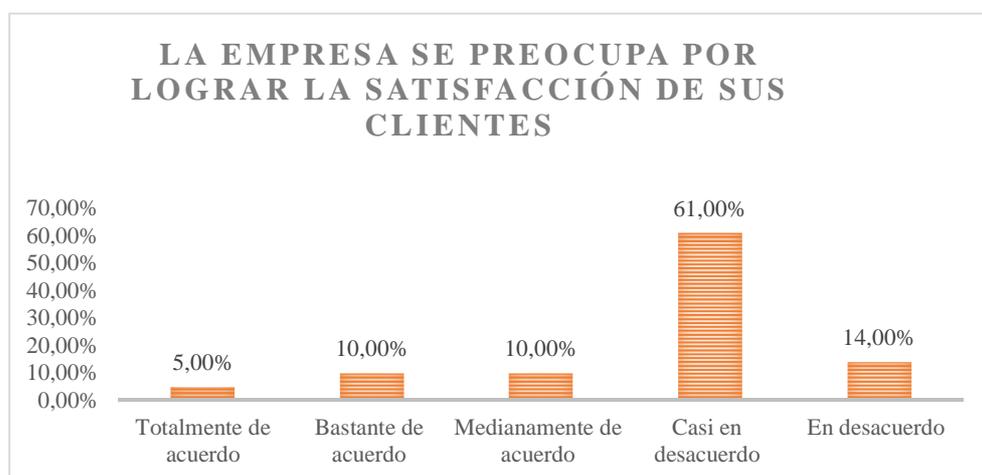


Gráfico 20 Satisfaccion al cliente.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación

De acuerdo a la tabla 20 y gráfico 20, se evidencia que los usuarios consideran que la CNEL no se preocupa en lograr la satisfacción de los usuarios, al representar a través de las encuestas un favoritismo del 61% casi en desacuerdo, seguido del 14% en desacuerdo y por ultimo un 5% de los habitantes estuvieron en totalmente de acuerdo con la interrogante.

D5: Elementos tangibles.

P18. La empresa brinda con frecuencia capacitaciones al personal

Tabla 21 Capacitación al personal

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	36	9%
Bastante de acuerdo	56	15%
Medianamente de acuerdo	135	35%
Casi en desacuerdo	111	29%
En desacuerdo	44	12%
Total	382	100%

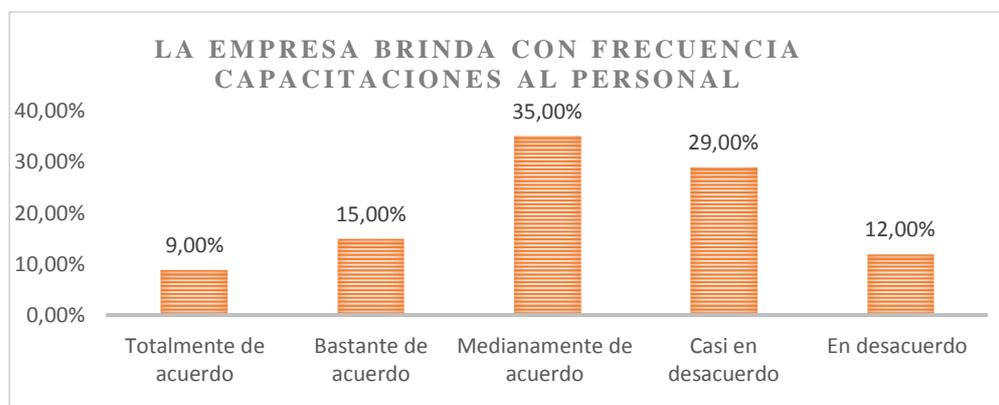


Gráfico 21 Capacitación al personal.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 21 y gráfico 21, se puede observar que el 35% de los usuarios encuestados escogieron la opción 3 que corresponde a medianamente de acuerdo con un 35% consideran que la empresa según su experiencia si brinda capacitaciones con frecuencia, mientras que un 29% están casi en desacuerdo que se realice esta actividad dentro de la empresa.

P2: La empresa asigna suficientes recursos financieros para la capacitación en temas relacionados del servicio al cliente.

Tabla 22 Financiero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	6%
Bastante de acuerdo	64	17%
Medianamente de acuerdo	112	29%
Casi en desacuerdo	143	37%
En desacuerdo	40	10%
Total	382	100%

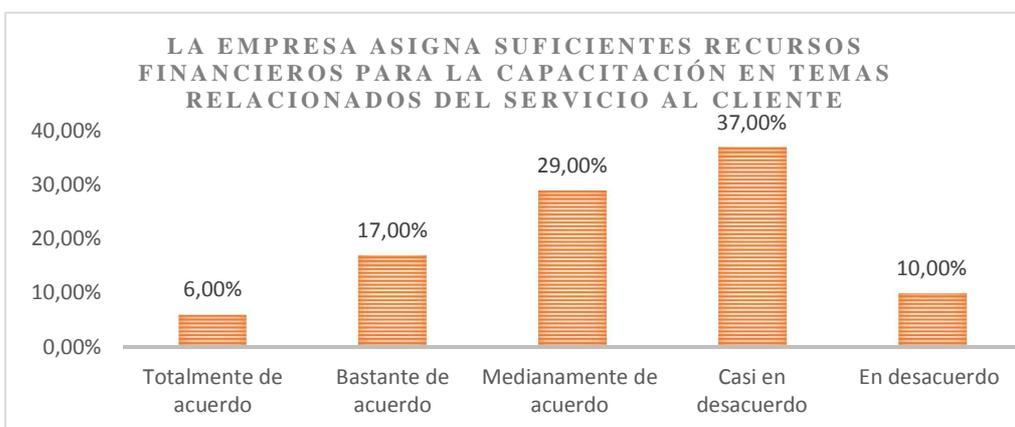


Gráfico 22 Financiero.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 22 y gráfico 22 se evidencia que un 37% de los usuarios se encuentran casi de acuerdo en relación a esta interrogante, ellos no consideran que la empresa asigne recursos financieros para la capacitación al personal, mientras que un 29% consideran medianamente de acuerdo con esta pregunta.

P21: Las instalaciones del departamento son las adecuadas para brindar un servicio de calidad.

Tabla 23 Instalaciones

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	243	64%
Bastante de acuerdo	85	22%
Medianamente de acuerdo	25	7%
Casi en desacuerdo	10	3%
En desacuerdo	19	5%
Total	382	100%

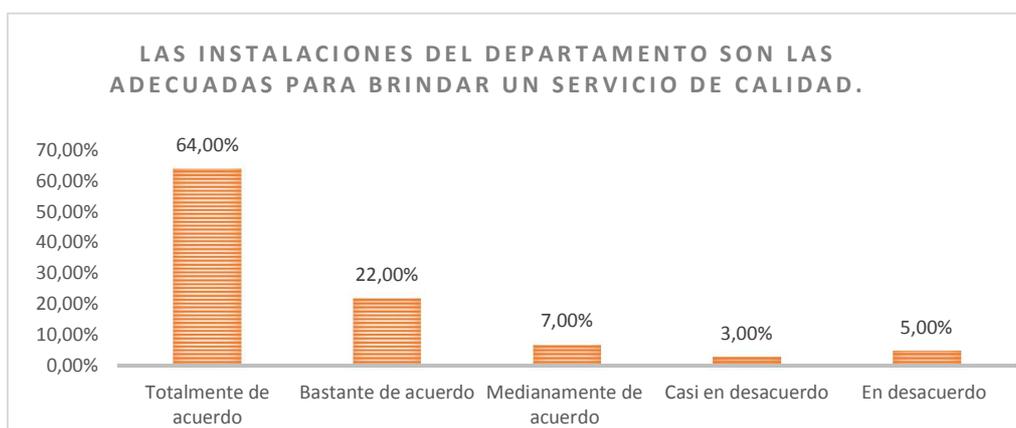


Gráfico 23 Instalaciones.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

De acuerdo a la tabla 23 y gráfico 23 se evidencia que el 64% de los usuarios encuestados escogieron el literal 5 que corresponde a totalmente de acuerdo, considerando que la empresa cuenta con unas instalaciones adecuadas para brindar un servicio de calidad.

P22: Funcionarios del departamento cuentan con apariencia pulcra.

Tabla 24 Apariencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	198	52%
Bastante de acuerdo	96	25%
Medianamente de acuerdo	84	22%
Casi en desacuerdo	4	1%
En desacuerdo	0	0%
Total	382	100%

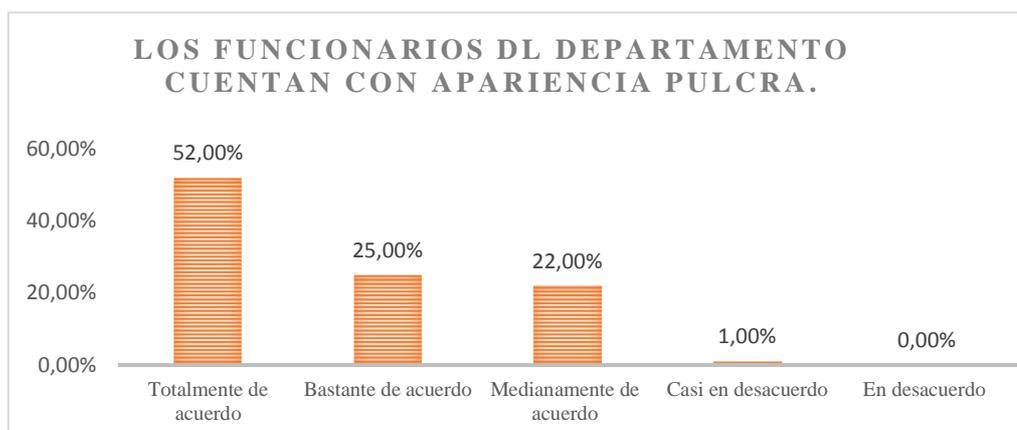


Gráfico 24 Apariencia.

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta.

Interpretación.

Se puede observar en la tabla 24 y gráfico 24, que el 52% de los usuarios escogieron el literal 5 correspondiente a totalmente de acuerdo, donde como interpretación se tiene que los funcionarios del departamento de atención al cliente mantienen una apariencia pulcra a la hora de la atención.

4.1. Discusión de resultados cuantitativos.

Los resultados que se obtuvieron en el presente estudio permitieron conocer la presente situación que atraviesa el Departamento de Atención al Cliente de la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta, con el propósito de poder identificar la calidad de servicio que brindan a los usuarios.

- Considerando la dimensión que evalúa la fiabilidad se puede evidenciar que aquí se encuentran los valores más bajos según la escala de Likert, donde el 61,6% de los usuarios escogieron entre el literal 1 y 2 correspondiente a desacuerdo y casi en desacuerdo.

Las encuestas realizadas dieron como resultado que en la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta, existe una fuerte falencia de calidad referente a la atención que se les brinda a los usuarios de la ciudad de Manta.

- En cuanto a dimensión que evalúa la capacidad de respuesta se evaluó que un 58,8% de los encuestados escogieron así mismo los literales más bajos en la escala de Likert correspondiente a Desacuerdo y casi en desacuerdo. Por medio de estas encuestas se pudo evidenciar que la capacidad de respuesta por parte de los funcionarios hacia los usuarios tiene un valor muy bajo según estas respuestas, lo que se muestra que no existe una buena capacitación dentro de la empresa para poder tener una atención de calidad.
- La dimensión que evalúa la seguridad se pudo evidenciar que mediante las respuestas de los usuarios el 64,5% escogieron los literales 3,4 y 5 correspondiente a medianamente, bastante y totalmente de acuerdo, lo que se puede evaluar como una seguridad bastante confortable hacia los usuarios a la hora de la resolución de sus problemas.

- En cuanto a la dimensión que evalúa la empatía por medio de la encuesta, se pudo evaluar como un factor muy importante a la hora de la resolución de los problemas de los usuarios, ya que el 81,5% de los encuestados determinaron que los funcionarios atienden sus peticiones y requerimientos de una forma positiva
- La dimensión que evalúa los elementos tangibles demostraron mediante la encuesta un resultado muy favorable en cuanto a las instalaciones tangibles que tiene la empresa, ya que el 60,4% de los usuarios escogieron los valores 3,4 y 5 en la escala de Likert dando un porcentaje positivo para la evaluación de los elementos tangibles de la empresa,

4.2. Comprobación de las hipótesis.

Tabla 25 Comprobación de las hipótesis

HIPOTESIS	VERIFICACION
HP G. La atención al cliente que ofrece la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta, está siendo brindada eficazmente.	Conforme a los resultados que se obtuvieron mediante las encuestas realizadas a los usuarios de la ciudad de Manta, se obtuvo que el 61,6% considera que la atención que ofrece la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta no está siendo brindada eficazmente, por lo que de acuerdo a los resultados esta hipótesis no es comprobada.
HP E 1: La capacidad de respuesta por parte de los funcionarios del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta, afecta en la resolución de sus problemas.	Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Manta, el 58,8% de los usuarios consideran que la capacidad afecta a la resolución de sus problemas, con dichos resultados se confirma esta hipótesis.
HP E 2: El nivel de capacitación de los funcionarios del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí sede Manta, incide en la satisfacción de los usuarios.	Los resultados obtenidos de las encuestas, conforme a la pregunta numero 12 demuestran que el 59% de los usuarios escogieron el literal 1 y 2 correspondiente a desacuerdo y casi en desacuerdo con que el nivel de capacitación incide en su satisfacción

	a la hora de la atención, lo que se confirma esta hipótesis.
<p>HP E 3: El ambiente laboral que brinda el departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí sede Manta, afecta a la satisfacción de los usuarios</p>	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la dimensión que evalúa elementos tangibles se puede evidenciar que el 60,4% de la población estudiada consideran que la empresa tiene un ambiente laboral favorable que puede permitir una atención de calidad, y así obtener una satisfacción a la hora de la atención, con estos resultados obtenidos esta hipótesis es confirmada.</p>

5. DISEÑO DE LA PROPUESTA.

5.1. Título.

Plan de capacitación y estrategias para el incremento de la satisfacción de los usuarios y mejorar la calidad en la atención del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad regional de Manabí, sede Manta.

5.2. Justificación.

En los últimos años las entidades están inmersas en los procesos de transformación dirigidos en última instancia a mejorar la calidad de sus actividades, así como la adquisición de mayor rigor y transparencia en sus procesos de gestión. Por otra parte las limitaciones de recursos que a menudo enfrentan las entidades en el entorno dinámico se vuelven cada vez más competitivo en el cual operan las necesidades de satisfacer las demandas y expectativas de los usuarios.

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas se tuvo como resultado que existe falencia en la atención que brinda la empresa a sus usuarios Este diagnóstico permitió analizar que la empresa no cuenta con un personal de atención al cliente altamente capacitado para cubrir las necesidades y expectativas de los usuarios.

Por consiguiente, es importante que la empresa, implemente métodos de gestión de calidad para así, poder lograr mejoras significativas a la hora de brindar una buena atención, identificando las falencias que existen, se podrá mejorar la calidad de atención, cumpliendo con los objetivos planteados y poder así, lograr el éxito deseado por parte de los funcionarios, lo que permitirá brindar una buena atención de calidad y eficiencia donde los usuarios se sientan satisfechos de la misma.

La propuesta se plantea para así poder realizar un mejoramiento en la calidad de servicio que brinda la empresa a sus usuarios, pretende mejorar la calidad del servicio del departamento de atención al cliente, de tal manera que el funcionario pueda cumplir con las necesidades o requerimientos del usuario, cuyo objetivo es evitar quejas o reclamos causados por el cometimiento de errores en el servicio brindado.

5.3. Objetivos.

5.3.1. Objetivo general.

Elaborar un plan estratégico, que permita incrementar la satisfacción de los usuarios y mejorar la calidad del servicio de atención en el departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta.

5.3.2. Objetivos específicos.

- Capacitar a los funcionarios de manera frecuente de acuerdo a su cargo para que tengan los conocimientos suficientes y poder brindar una atención de calidad a los usuarios.
- Aplicar herramientas que sean necesarias para brindar un excelente servicio a los usuarios, de acuerdo a las expectativas de los mismos.
- Implementar estrategias de recepción de sugerencias por parte de los usuarios, que permitan conocer la opinión de la ciudadanía sobre el servicio que brinda esta institución.

5.4. Descripción de la propuesta.

La propuesta se basa en elaborar un plan estratégico y capacitaciones para el personal que trabaja en el departamento de atención al cliente de la CNEL-EP regional Manabí, sede Manta, para así poder contribuir en la mejora de calidad de atención que se les brinda a los usuarios, con el fin de que los usuarios se sientan satisfechos con la atención recibida a la hora de expresar algún reclamo.

6. ESTRATEGIA

Tabla 26 Estrategia.

Objetivo General	Plan Estratégico.				
	Objetivo.	Estrategias.	Actividades.	Recursos.	Tiempo.
Elaborar un plan estratégico, que permita incrementar la satisfacción de los usuarios y mejorar la calidad del servicio de atención del departamento de atención al cliente de la Corporación Nacional de	Capacitar a los funcionarios de manera frecuente de acuerdo a su cargo para que tengan los conocimientos suficientes y poder brindar una atención de calidad a los usuarios.	Capacitación de manera frecuente a todo el personal que trabaja en el departamento de atención al cliente.	Temas a tratar: Calidad en la atención al cliente, coaching empresarial en equipo, recursos humanos.	Proyector. Material didáctico. Computador. Pizarra. Parlante. Marcadores.	Cada 2 meses realizar charlas y capacitaciones dirigidas a los funcionarios del departamento de atención al cliente.

Electricidad Regional de Manabí, sede Manta.	Aplicar herramientas que sean necesarias para brindar un excelente servicio a los usuarios, de acuerdo a las expectativas de los mismos.	Analizar la deficiencia del sistema informático que actualmente cuenta la institución con el fin de actualizarlo o implementar otro, agilitando los procesos en relación a los servicios de atención al cliente	1. Entrevistar a los empleados del área de atención al cliente, cómo funciona el actual sistema informático 2. Analizar con otros sistemas para determinar el más factible.	Suministros, sistemas informáticos.	Cada 2 años para ir innovando e satisfaciendo al cliente mediante nuevos sistemas informáticos.
	Implementar estrategias de recepción de sugerencias por parte de los usuarios, que permitan conocer	Implementar buzones de sugerencias en puntos estratégicos que permita conocer la opinión de la	Realizar informe para la creación de buzones de sugerencias a la administración. Establecer lugares estratégicos para la	Materiales para la construcción de los buzones.	

	la opinión de la ciudadanía sobre el servicio que brinda esta institución.	ciudadanía sobre el servicio que ofrece los funcionarios del departamento de atención al cliente de la CNEL-EP Regional de Manabí, sede Manta.	implementación de los buzones.		
--	--	--	--------------------------------	--	--

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta

Elaborado por: Katherine Zambrano,

CONCLUSIONES.

- En la dimensión que evalúa la calidad del servicio existe un nivel bajo de satisfacción, se encontró un numero mayoritario del 61,6% de usuarios que presentan una inconformidad respecto a la satisfacción que se tiene por la atención brindada por parte de los funcionarios del departamento de atención al cliente. Se finaliza con la conclusión de esta investigación que los usuarios tienen una percepción de manera negativa la calidad del servicio recibido, motivo por cual frecuentemente se presentan quejas y reclamos en los clientes, ya que ellos consideran que esa es la mejor manera para obtener respuesta a sus quejas.
- Se ha demostrado por medio de esta investigación que las capacitaciones del personal dentro de una organización son muy importante, ya que está relacionada a la satisfacción a los usuarios.
- Con la propuesta planteada se pretende mejorar la calidad en la atención del servicio que brinda el departamento de atención al cliente, permitiendo que exista un bajo nivel de reclamos y quejas por parte de los usuarios de la ciudad de Manta.

RECOMENDACIONES.

- Es importante que los funcionarios de la CNEL-EP Regional Manabí, sede Manta, establezcan estrategias que permitan fortalecer el servicio que se ofrece a los usuarios de la ciudad de Manta.
- El personal que labora en la empresa debe demostrar ante el usuario amabilidad y cortesía, donde se escuche y se atiendan las necesidades del cliente haciéndolo sentir importante para la empresa, ante esto se buscara que el usuario cambie su percepción acerca de los servicios que recibe.
- El Departamento de Atención al Cliente debe realizar reuniones con frecuencia con el objetivo de poder escuchar sugerencias y necesidades de sus colaboradores, para que así pueda aumentar la satisfacción laboral, ya que son ellos quienes tienen un acercamiento directo con los usuarios, siendo allí donde se concentra gran parte de sus esfuerzos, ya que del servicio prestado depende de la satisfacción de los usuarios.

BIBLIOGRAFIA

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigacion, introduccion a la metodologia cientifica. Caracas: EPISTEME, C.A.

Ayala Ñiquen , E. E., & Gonzales Sanchez, S. R. (2015). *TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACION*. Lima.

Barros , C. (16 de 04 de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador/>

Becerra Peña, D. L. (2017). LA EFICIENCIA EN LA GESTION DE LOS RECURSOS DEL SECTOR PUBLICO: UNA REFLEXIÒN MULTIDISCIPLINAR. *Revista de Economía Crítica*, 15.

Berry, L. (1996). Un buen servicio ya no basta. Cuatro principios del principio excepcional al cliente . Norma .

Caldera Morrillo, E. (2011). *Dimensiones para el estudio de la calidad de los servicios en bibliotecas universitarias*.

CALVACHE, E. I. (2015). CONTROL DEL PERFIL DE VOLTAJE A TRAVÉS DE LA DETERMINACIÓN ÓPTIMA DE TAPS APLICADA EN MAT LAB. Quito: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO.

Carillo Pilligua , P. B. (2019). *Diagnostico de la calidad de atencion al cliente del sector hotelero tercera categoria (dos estrellas) de la ciudad de Manta*. Manta: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi .

Carlos, P. P., & Fernando, R. F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Investigacion, Desarrollo e innovacion vol. 6* , 12.

Carrasco Fernandez, S. (2013). *Gestion de la atencion al cliente/consumidor*. España: Nobel, S.A.

Carrera Bernabe, T. C. (2016). Evaluacion del servicio de atencion al cliente de clientes especiales de la empresa electrica santa elena. 64.

CEPAL. (Diciembre de 2019). *Comision economica para America Latina y el Caribe 2019 (CEPAL)*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44969-panorama-social-america-latina-2019>

Cervantes Atia, V., Stefanell Santiago, Í. C., Peralta Miranda, P., & Salgado Herrera, R. P. (2018). CALIDAD DE SERVICIO EN UNA INSTITUCION DE EDUCACION SUPERIOR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA. *Ciencias Administrativas*, 16.

Chiavenato, I. (2009). *Gestion de talento humano*. Mexico: McGraw Hill.

Deming, E. (1982). *Quality, productivity and competitive position*. New York : Center for Andvanced Engineering Study, MA.

Escobar Valencia, M., & Mosquera Guerrero, A. (2013). El marco conceptual relacionado con la calidad: una torre de Babel. *Cuadernos de Administración*, 11.

Feingenbaum, A. (1951). *Total Quality Control: Principles, Practice, and Administration` (Control Total de la Calidad, Principios, Practica y Administracion.)*. New York: MacGraw-Hill Book Company.

- GÓMEZ, H. S. (2006). Conceptos basicos en servicio al cliente. Colombia.
- Guzmán Díaz, B. E., Tarapuez, E., & Parra Hernández, R. (2017). Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicio. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18.
- INEC. (2008). CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN ECUADOR. Quito.
- INTERNACIONAL., F. M. (2016).
- Jesus, A. G., Miguel Angel, K. V., & Maria Guadalupe, M. N. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 7.
- Jimenez Bonilla, D., & Jimenez Bonilla, E. (2016). CLIMA LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCION DE LOS TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO . *Revista Ciencia UNEMI*, 9.
- Juran , J. (1988). The Quality Control Handbook . New York : McGraw-Hill.
- Lopez Rueda, N. (2015). La eficiencia y su importancia en el sector publico. *Extoicos*, 10.
- Miranda Hayes, D. (2016). Motivacion del talento humano: la clave del exito de una empresa. *Investigacion & negocios* , 8.
- Navas, A., Angel, F. A., Esteban, G., Falcón, S., Angeles, B. D., Guillermo, G. E., . . . Sanchez, S. (2010). *Metodos, diseños y tecnicas de investigacion psicologica*. Madrid: UNED.
- Obela. (2015). *Observatorio economico latinoamericano*. Obtenido de <http://www.obela.org/node/1658>

Parra Penagos, C., & Fonseca Rodriguez, F. (2016). La capacitacion y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones . *Rev.investig.desarro.innov*, 6(2), 131-144.

Pedro, L. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA. *Punto cero*, 6.

Philip , K. (s.f.). Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición,.

Prieto Herrera , J. (2014). *Gerencia de servicio*. Bogota.

Rafoso Pomar, S., & Artilles Visbal, S. (2011). Reingeniería de procesos: conceptos, enfoques y nuevas aplicaciones. *Redalyc: Ciencias de la Información*, 10.

Ramirez Ruiz, N. V. (2017). *Calidad del servicio del seguro integral de salud*. Lima, Peru .

Reza, J. (2007). *Evaluacion de la capacitacion en las organizaciones*. Mexico: Panorama.

Rivera Solis , M. E. (2018). *Analisis de la calidad de servicios que brindan los comerciantes del Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta*. Manta : Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi .

Roberto, H. S., Carlos, F. C., & Pilar, B. L. (2014). Selección de la muestra. En *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill 6ª ed.

Rubio Guerrero, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala. *Cuadernos de Administración*, 12.

Saavedra García, M. L., Camarena Adame, M. E., & Tapia Sánchez, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Venezolana de Gerencia*, 27.

Salazar Yepez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 9.

Sanchez Cañizares, S. M., Trillo Holgado, M. A., Mora Marquez, C., & Ayuso Muñoz, M. A. (2006). La cultura organizacional como núcleo central en la medición. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones* , 24.

Serna Gomez, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente . Pereira: Panamericana editorial Ltda.

Siliceo , A. (2004). *Capacitacion y desarrollo de personal* . Mexico: Limus.

Skinner Romero, A., & Leon de Alvarez, M. d. (2017). Calidad en el servicio de las empresas aseguradoras del municipio libertador del estado Mérida. *Sapienza Organizacional*, 25.

Torres, M., & V´asquez, C. (2010). La Calidad: Evoluci´on de su significado y aplicaci´on en servicios. *Publicaciones en Ciencias y Tecnolog´ia*. Vol 4,, 9.

Veloz Navarrete, C. (2016). Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoria . *Revista Ciencia UNEMI* , 21.

Villegas Yagual, F. E. (2015). Sistema de satisfaccion al cliente en el sector electrico. *Ciencia UNEMI*, 8.

VIVIR, B. (14 de 01 de 2019). *BUEN VIVIR 2013-2017*. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf

Zambrano Mendoza , Y. E. (2012). *“Mejoramiento de la calidad de atención con énfasis en el trato humanizado en usuarios del servicio de ginecoobstetricia, hospital “Verdi Cevallos Balda”, Portoviejo, 2011 - 2012”*. Loja : Universidad Tecnica particular de Loja .

Zapata, M. B. (26 de Abril de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a los usuarios de la ciudad de Manta, según modelo Servqual.

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERIA COMERCIAL</p> <p style="text-align: center;">Cuestionario para determinar la “Calidad del servicio en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad Regional de Manabí, sede Manta”</p>						
<p>Mi nombre es: Katherine Youline Zambrano Villigua, con C.I 135083698-5 soy estudiante de la ULEAM, previo a mi proceso de titulación a través del Proyecto de Investigación, solicito su amable colaboración para responder las siguientes preguntas, esta información es confidencial y será considerada como material de investigación; su participación es voluntaria y anónima. La información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global, no existen respuestas correctas o incorrectas, verdaderas o falsas, únicamente indique un número que refleje su opinión, donde 5 representa la respuesta más favorable a la afirmación formulada y 1 la menos favorable</p>						
Escala		Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Medianamente de acuerdo	Casi en desacuerdo	En desacuerdo
Valores		5	4	3	2	1
FIABILIDAD	E1 La atención al cliente es la adecuada.					
	E2 La respuesta planteada por los funcionarios es la adecuada					

	E3 Me siento satisfecho con la calidad del servicio brindado por el departamento.					
	E4 El funcionario muestra interés en resolver sus requerimientos de manera eficaz.					
	E5 El tiempo en que se tardan en atender sus peticiones es el apropiado.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	E6 El tiempo que la empresa emplea para dar solución a un problema, hace que este se solucione de manera eficaz.					
	E7 El momento de realizar un reclamo a la Corporación eléctrica Regional Manabí sede Manta, esta cumple con los plazos acordados.					
	E8 El plazo para la solución a sus reclamos, solicitudes de servicio o pedidos de información por parte de corporación Regional Manabí sede Manta es oportuno					
	E9 Los funcionarios del departamento responden correctamente a las preguntas que le realizo.					
SEGURIDAD.	E10 El funcionario le demuestra seguridad en la información proporcionada					
	E11 El funcionario atiende con cortesía y amabilidad le expreso un reclamo.					

	E12 Los funcionarios tienen los conocimientos suficientes para satisfacer sus necesidades.					
	E13 El funcionario le explica de forma clara y concisa sus requerimientos					
	E14 La respuesta planteada por los funcionarios es la adecuada					
EMPATIA	E15 El departamento emplea un tiempo preciso para atender a cada cliente.					
	E16 El funcionario siempre está atento a mis necesidades y requerimientos.					
	E17 El comportamiento de los empleados influye en una atención de calidad.					
	E18 La empresa se preocupa por lograr la satisfacción de sus clientes.					
ELEMENTOS TANGIBLES	E19 La empresa brinda con frecuencia capacitaciones al personal					
	E20 La empresa asigna suficientes recursos financieros para la capacitación en temas relacionados del servicio al cliente.					
	E21 Las instalaciones del departamento son las adecuadas para brindar un servicio de calidad.					
	E22 Funcionarios del departamento cuentan con apariencia pulcra.					