

# UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



## La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita, 2024.

### **Autor:**

Mero Obando Jeremy Jadday

**Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y de Comercio**

**Carrera Administración de Empresas**

### **Tutora:**

Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin

**Manta - Manabí - Ecuador**

**2024**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

 <p><b>Uleam</b> UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p>	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO: PAT-04-F-004</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	<b>REVISIÓN: 1</b> Página 1 de 1

### CERTIFICACIÓN

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

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular del Proyecto de Investigación bajo la autoría del/a estudiante Mero Obando Jeremy Jadday, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es **“La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita, 2024”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Manta, 4 de diciembre del 2024.

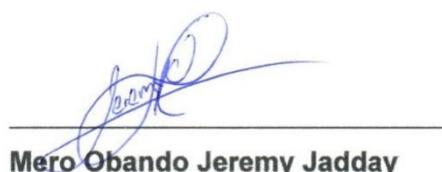
Lo certifico,



Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.  
**Docente Tutor(a) Área: Administración de Empresas**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Mero Obando Jeremy Jadday**, con cédula de identidad N° 1313157545, declaro que el presente trabajo de titulación: **“La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita, 2024”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



**Mero Obando Jeremy Jadday**

**C.I.: 1313157545**

**E-mail: jeremyobando06@gmail.com**

**Telf: 0989628528**

# Tesis Jeremy Mero - Noviembre 2024

## 30 Antiplagio

**10%**  
Textos  
sospechosos



**10% Similitudes**  
< 1% similitudes  
entre comillas  
entre las fuentes  
mencionadas  
**0% Idiomas no  
reconocidos**

**Nombre del documento:** Tesis Jeremy Mero - Noviembre 2024 30 Antiplagio.pdf  
**ID del documento:** b05b859a2cca3cb56fea83793dc6418c2662f3f5  
**Tamaño del documento original:** 641,76 kB  
**Autores:** []

**Depositante:** Karla Marcillo Pin  
**Fecha de depósito:** 30/11/2024  
**Tipo de carga:** interface  
**fecha de fin de análisis:** 30/11/2024

**Número de palabras:** 13,543  
**Número de caracteres:** 91.430

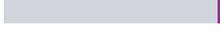
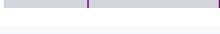
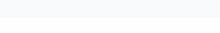
Ubicación de las similitudes en el documento:



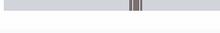
### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>revistas.unanleon.edu.ni</b> https://revistas.unanleon.edu.ni/index.php/apunteseconomiaysociedad/article/view/589 18 fuentes similares	3%		Palabras idénticas: 3% (490 palabras)
2	<b>BAQUE BARRETO RICHARD JOAO (TESIS).pdf</b>   BAQUE BARRETO RICHARD J... #39e3e2 El documento proviene de mi grupo 37 fuentes similares	3%		Palabras idénticas: 3% (403 palabras)
3	<b>repositorio.unamad.edu.pe</b> https://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14070/776/004-3-10-029.pdf?seque... 20 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (268 palabras)
4	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110814/Rodriguez_TER-SD.pdf?se... 7 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (249 palabras)
5	<b>Documento de otro usuario</b> #53d414 El documento proviene de otro grupo 17 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (137 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Documento de otro usuario</b> #ba53ee El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
2	<b>Documento de otro usuario</b> #dbfe0f El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	<b>Documento de otro usuario</b> #e4ee00 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
4	<b>ACREDI~1.PDF</b>   ACREDI~1 #9c01f3 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
5	<b>dialnet.unirioja.es</b> https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5774757.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

**Fuentes ignoradas** Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Proyecto de Titulación - Pazmiño Ruiz Betty Antiplagio.pdf</b>   Proyecto de ... #93d727 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	3%		Palabras idénticas: 3% (413 palabras)
2	<b>MANZABA MERA GISELLA BRIGIT.docx</b>   MANZABA MERA GISELLA BRIGIT #766b05 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (106 palabras)
3	<b>Cedeño Arianna_Artículo Científico 2023 (2).docx</b>   Cedeño Arianna_Artículo... #c31c7a El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (70 palabras)
4	<b>Documento de otro usuario</b> #fc6a1e El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (62 palabras)
5	<b>Documento de otro usuario</b> #6eefc3 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (55 palabras)

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema **“La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita, 2024.”** elaborado por el egresado Mero Obando Jeremy Jadday, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:

### JURADO



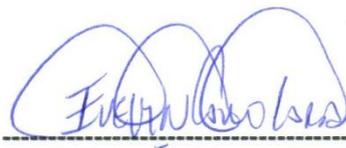
-----  
**Presidente de tribunal**

Ing. Hernan Vladimir Salcedo Loor



-----  
**Miembro del tribunal**

Ing. Maria Jessenia Alcivar Mero



-----  
**Miembro del tribunal**

Ing. Evelyn Dyan Cano Lara

## DEDICATORIA

Con el más profundo amor y gratitud, dedico este trabajo a mis padres, María Ernestina Obando Lucas y Carlos Humberto Mero Chinga. Su esfuerzo inquebrantable, su apoyo incondicional y sus sacrificios han sido el motor que me impulsa a seguir adelante. Han sido mi mayor inspiración y mi fuerza en los momentos más difíciles. Este logro es tan suyo como mío, pues sin su guía y amor nada de esto habría sido posible.

También dedico este trabajo a mis amigos, quienes han estado presentes en cada etapa de este recorrido. Sus palabras de ánimo, su compañía y su comprensión fueron fundamentales para superar los retos y disfrutar de los logros. Aunque no los nombre individualmente, cada uno tiene un lugar especial en mi corazón y en este logro.

Finalmente, dedico este esfuerzo a todos aquellos que creen en el poder del trabajo duro y la perseverancia. Este es un recordatorio de que, con dedicación y fe, los sueños pueden hacerse realidad.

*Mero Obando Jeremy Jadday*

## AGRADECIMIENTO

Con profundo agradecimiento, quiero reconocer a la *Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí*, y en particular a la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, por proporcionarme no solo el conocimiento técnico, sino también los valores éticos y profesionales que han sido fundamentales en mi formación. Mi gratitud se extiende al cuerpo docente y administrativo, quienes con dedicación y compromiso inspiran a los estudiantes a alcanzar sus metas.

De manera especial, deseo expresar mi agradecimiento a mi tutora, la Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, por su constante apoyo, paciencia y orientación durante todo el proceso de desarrollo de este trabajo. Su experiencia, compromiso y palabras de aliento fueron un faro en los momentos de mayor desafío.

Asimismo, agradezco a mis compañeros de estudio, quienes compartieron conmigo momentos de aprendizaje, reflexión y crecimiento personal, enriqueciendo esta experiencia académica de manera significativa. Este logro no sería posible sin cada una de las personas que, directa o indirectamente, contribuyeron a este camino

*Mero Obando Jeremy Jadday*

**La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita, 2024.**

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
CERTIFICADO DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO .....	IV
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE .....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT .....	XII
CAPÍTULO 1 .....	1
1. Introducción.....	1
1.1. Justificación .....	2
1.2. Perspectiva teórica .....	2
1.2.1. Antecedentes de investigación .....	2
1.2.2. Bases teóricas .....	4
CAPÍTULO 2.....	10
2. Metodología.....	10
2.1. Diseño teórico .....	10
2.1.1. Definición de variables.....	10
2.1.2. Objetivo y campo de acción .....	10
2.1.3. Operacionalización de las variables.....	10
2.1.4. Formulación del problema .....	11
2.1.4.1. Problema general.....	11
2.1.4.2. Problemas específicos.....	11
2.1.4.3. Objetivo general.....	12
2.1.4.4. Objetivos específicos.....	12
2.1.4.5. Hipótesis general .....	12
2.1.4.6. Hipótesis específicas.....	12
2.2. Diseño metodológico.....	13
2.2.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación .....	13
2.2.2. Población y muestra.....	13

2.2.3. Instrumento de medición .....	13
CAPÍTULO 3 .....	14
3. Resultados .....	14
3.1. Análisis de Fiabilidad .....	14
3.1.1. Resultados de la encuesta – estadística descriptiva .....	14
3.2. Comprobación de hipótesis .....	24
3.3. Discusión .....	27
CAPÍTULO 4 .....	31
4.1. Propuesta.....	31
CONCLUSIONES.....	35
RECOMENDACIONES .....	36
BIBLIOGRAFÍA .....	37
ANEXOS .....	40

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Operacionalización de las variables .....	10
Tabla 2. Análisis de fiabilidad .....	14
Tabla 3. Frecuencia de la variable X: Calidad de servicio.....	14
Tabla 4. Frecuencia de la variable X1: Fiabilidad .....	15
Tabla 5. Frecuencia de la variable X2: Capacidad de respuesta .....	16
Tabla 6. Frecuencia de la variable X3: Empatía .....	17
Tabla 7. Frecuencia de la variable X4: Seguridad .....	18
Tabla 8. Frecuencia de la variable X5: Elementos tangibles.....	19
Tabla 9. Frecuencia de la variable Y: Satisfacción de los usuarios.....	20
Tabla 10. Frecuencia de la variable Y1: Valor percibido .....	21
Tabla 11. Frecuencia de la variable Y2: Expectativas .....	22
Tabla 12. Frecuencia de la variable Y3: Nivel de satisfacción .....	23
Tabla 13. Coeficiente de correlación X sobre Y.....	24
Tabla 14. Coeficiente de correlación X1 sobre Y.....	24
Tabla 15. Coeficiente de correlación X2 sobre Y.....	25
Tabla 16. Coeficiente de correlación X3 sobre Y.....	25
Tabla 17. Coeficiente de correlación X4 sobre Y.....	26
Tabla 18. Coeficiente de correlación X5 sobre Y.....	26

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X: Calidad de servicio.....	14
Figura 2. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X1: Fiabilidad.....	15
Figura 3. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X2: Capacidad de respuesta.....	16
Figura 4. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X3: Empatía.....	17
Figura 5. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X4: Seguridad.....	18
Figura 6. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X5: Elementos tangibles.....	19
Figura 7. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y: Satisfacción de los usuarios.....	20
Figura 8. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y1: Valor percibido.....	21
Figura 9. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y2: Expectativas.....	22
Figura 10. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y3: Nivel de satisfacción.....	23

## RESUMEN

El acceso al agua potable de calidad es un derecho humano fundamental y un indicador clave del desarrollo sostenible. Esta investigación determina cómo la calidad del servicio influye en la percepción de los ciudadanos, identificando áreas críticas y oportunidades de mejora para fortalecer la gestión hídrica en la región. Se aplicó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal. La población incluyó 16 997 habitantes, de los cuales se seleccionó 376 usuarios mediante muestreo aleatorio simple. Se utilizó una encuesta basada en el modelo SERVQUAL, evaluando dimensiones como fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y elementos tangibles, junto con la satisfacción general de los usuarios. La consistencia del instrumento fue validada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.950. Los resultados indican que la percepción general sobre la calidad del servicio de agua potable es mayoritariamente neutral (52.1%), con un 15.7% de usuarios insatisfechos y solo un 32.1% satisfechos. Las dimensiones más críticas fueron la seguridad del servicio (49.7% de insatisfacción) y los elementos tangibles (40.2% de insatisfacción). La fiabilidad, capacidad de respuesta presentaron percepciones neutrales, lo que señala oportunidades para optimizar estos aspectos. La satisfacción general también fue predominantemente neutral (55.1%), con solo un 19.9% de usuarios algo satisfechos y un 5.6% muy satisfechos. En conclusión, el servicio de agua potable en Crucita cumple con lo básico, pero no logra superar las expectativas de los usuarios, reflejando un punto de estancamiento. Las áreas prioritarias de mejora incluyen la seguridad del agua suministrada, la modernización de infraestructuras y la atención personalizada.

**Palabras clave:** Calidad, agua potable, satisfacción, fiabilidad, gestión

## ABSTRACT

Access to quality drinking water is a fundamental human right and a key indicator of sustainable development. This research determines how service quality influences citizens' perceptions, identifying critical areas and opportunities for improvement to strengthen water management in the region. A quantitative approach was applied, with a non-experimental and cross-sectional design. The population included 16,997 inhabitants, from which 376 users were selected by simple random sampling. A survey based on the SERVQUAL model was used, evaluating dimensions such as reliability, responsiveness, safety and tangible elements, together with overall user satisfaction. The consistency of the instrument was validated by means of Cronbach's Alpha coefficient, obtaining a value of 0.950. The results indicate that the general perception of the quality of drinking water service is mostly neutral (52.1%), with 15.7% of users dissatisfied and only 32.1% satisfied. The most critical dimensions were service safety (49.7% dissatisfied) and tangible elements (40.2% dissatisfied). Reliability, responsiveness had neutral perceptions, which points to opportunities to optimize these aspects. Overall satisfaction was also predominantly neutral (55.1%), with only 19.9% of users somewhat satisfied and 5.6% very satisfied. In conclusion, the drinking water service in Crucita meets the basics, but fails to exceed user expectations, reflecting a point of stagnation. Priority areas for improvement include the safety of the water supplied, infrastructure modernization, and personalized attention.

**Key words:** Quality, drinking water, satisfaction, reliability, management.

## CAPÍTULO 1

### 1. Introducción

A nivel global cada tres personas no tiene acceso a agua potable segura; asimismo, dos de cada cinco personas carecen de instalaciones básicas para lavarse las manos con agua y jabón, y más de 673 millones de personas aún practican la defecación al aire libre (Montero, 2022).

Según la Organización Mundial de la Salud (ONU, 2023), la escasez de agua, su baja calidad y el saneamiento inadecuado impactan tanto en la seguridad alimentaria como en la salud de las personas. Esto da lugar a un aumento en enfermedades como las diarreas agudas (EDA) y las infecciones respiratorias agudas (IRA), generadas por la falta de acceso a agua potable y que afectan directamente a la población.

Aguirre (2018) señala que un "servicio público es considerado de calidad cuando cumple con todos los requisitos del usuario; por ello, es fundamental evaluar el nivel de satisfacción del beneficiario" (p. 68). En este sentido, las instituciones públicas deben adoptar principios y enfoques que les permitan comprender y responder a las necesidades de los ciudadanos. Para lograrlo, resulta esencial conocer tanto las expectativas que tienen sobre el servicio como la percepción que experimentan durante su prestación.

El acceso a agua potable de calidad es un derecho esencial y un indicador clave de desarrollo sostenible y bienestar social. Sin embargo, en diversas regiones, la provisión de agua potable enfrenta desafíos que afectan tanto la calidad del servicio como la satisfacción de los usuarios. En la parroquia Crucita, situada en un contexto geográfico y social particular, la percepción de los ciudadanos sobre el servicio de agua potable se ha convertido en un aspecto crítico para la gestión pública y el desarrollo local. A medida que crece la población y aumentan las demandas de un suministro seguro y constante, la satisfacción de los usuarios depende en gran medida de factores como la disponibilidad, continuidad, calidad, y accesibilidad del agua distribuida.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la calidad del servicio de agua potable en Crucita y su incidencia en la satisfacción de sus usuarios durante el año 2024. A través de una investigación sistemática, se examinarán aspectos técnicos y operativos del servicio, así como la percepción de los usuarios respecto a la calidad y confiabilidad del mismo. Este análisis busca proporcionar información relevante para la toma de decisiones en políticas públicas y estrategias de mejora del servicio, contribuyendo al bienestar de la comunidad y al fortalecimiento de la gestión de recursos hídricos en la región.

Para alcanzar los objetivos de este proyecto, la investigación se estructuró en cuatro capítulos. En el primer capítulo, se aborda el problema de investigación, incluyendo su planteamiento, formulación, justificación y los objetivos del estudio. El segundo capítulo desarrolla el marco teórico, revisando los antecedentes y bases teóricas relacionadas con la calidad del servicio de agua potable y la satisfacción de los usuarios. En el tercer capítulo, se explora la hipótesis, la operacionalización de las variables, y la metodología de investigación, detallando el tipo y diseño de investigación, el método aplicado, la unidad de análisis y observación, así como la población y muestra.

De igual manera, se explican las técnicas e instrumentos para la recolección de información, el procesamiento y análisis de resultados, los aspectos éticos y la matriz de consistencia metodológica. El cuarto capítulo presenta los resultados organizados por dimensiones de las variables investigadas, los resultados generales. Finalmente, se incluyen las conclusiones, recomendaciones, referencias, apéndices y anexos correspondientes.

## 1.1. Justificación

El acceso a agua potable es esencial para la vida cotidiana de cualquier comunidad. En la parroquia Crucita, en la provincia de Manabí, contar con un servicio de agua de calidad es un elemento clave para el bienestar y progreso de sus habitantes. Aunque las autoridades locales han implementado medidas para mejorar la calidad, accesibilidad, frecuencia de cortes y presión del agua, aún existen problemas que impactan la satisfacción de los usuarios y la calidad de vida en la comunidad. Por ello, esta investigación se fundamenta en la importancia de analizar la calidad del servicio de agua potable en la parroquia Crucita.

Crucita ha dependido históricamente de una empresa externa para el suministro de agua potable; sin embargo, problemas financieros han afectado la fiabilidad de este servicio, provocando inconsistencias para los residentes. Desde 2022, con la implementación del Plan Triple AAA, se ha iniciado la transición hacia un sistema propio de suministro de agua potable para la comunidad. Esta investigación resulta particularmente relevante y oportuna, ya que sus hallazgos podrán ofrecer información crucial para guiar la implementación y gestión del nuevo sistema, garantizando que se ajuste a los estándares de calidad y satisfacción esperados por los usuarios.

Los resultados de esta investigación pretenden reforzar teorías de gestión de servicios públicos y calidad del agua, que sostienen que un servicio de agua potable eficiente y de alta calidad es esencial para la satisfacción del usuario. Estas teorías se basan en la premisa de que la calidad del agua y la eficiencia del servicio influyen en la percepción del usuario y, por lo tanto, en su satisfacción general, y en buscar contribuir a la literatura existente sobre la gestión de servicios de agua en comunidades pequeñas y en desarrollo, un área con menos atención que las grandes ciudades y áreas urbanas. Al centrarse en la Parroquia Crucita, esta investigación proporcionará una valiosa perspectiva sobre los desafíos y oportunidades únicos que enfrentan estas comunidades en términos de gestión del agua.

## 1.2. Perspectiva teórica

### 1.2.1. Antecedentes de investigación

De acuerdo con el trabajo de Ulloa (2019) en su tesis titulada "*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Guadalupito, La Libertad, 2019*" se tuvo como propósito analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la municipalidad. Esta investigación de tipo descriptiva con diseño correlacional se realizó con una muestra de 234 usuarios de una población total de 668 contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Guadalupito. Para ello se utilizaron las siguientes dimensiones para la calidad de servicio: capacidad de respuesta, fiabilidad, evidencias físicas, empatía y para la satisfacción del usuario: rendimiento percibido, eficiencia y expectativas. Los resultados demuestran que existe una relación altamente significativa entre las variables involucradas: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Guadalupito, permitiendo determinar los niveles baja, medio y alta de cada una de las variables de investigación.

Por su parte, los autores Veliz y Reyes (2021), en su estudio "*Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa*", buscaron determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Utilizaron una metodología descriptiva, no experimental y cuantitativa, enfocándose en 236 usuarios de la ciudadela Parrales y Guale. Mediante el método SERVQUAL, evaluaron dimensiones como fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Concluyeron que factores como la actitud positiva, la atención personalizada, la rapidez en responder quejas y la comodidad de las instalaciones se correlacionan positivamente con la satisfacción de los usuarios, demostrando una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Por su parte, los autores Díaz y Herrera (2020) en su tesis titulada "*Nivel de satisfacción y calidad del servicio de agua potable en cuarentena COVID-19, en la capital del distrito Ichocán, Cajamarca*" analizaron la satisfacción de los usuarios con el servicio de agua potable en Ichocán. Utilizaron un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional con una muestra de 95 usuarios,

aplicando entrevistas y encuestas basadas en variables como calidad del servicio y nivel de satisfacción. Encontraron una relación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, aunque se destacó una gestión deficiente en áreas como atención, capacitación del personal y eficiencia, lo cual influyó en la satisfacción.

De acuerdo con Hernández (2022), en su tesis titulada "*Calidad de servicio de agua potable y la satisfacción del usuario en un distrito de la región de Piura, 2022*", cuyo objetivo fue identificar la relación entre la calidad del servicio de agua potable y la satisfacción del usuario del distrito de Tambogrande. La metodología aplicada fue de tipo básica, con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional, considerando dos variables: calidad del servicio y satisfacción del usuario. La población fue de 2,073 usuarios, y se consideró una muestra de 378 usuarios, a quienes se les aplicó el instrumento de la encuesta y la técnica del cuestionario. Las dimensiones de calidad del servicio incluyeron capacidad técnica, atención oportuna y calidad de materiales, mientras que las de satisfacción abordaron disponibilidad, accesibilidad y sostenibilidad. El análisis estadístico, mediante el coeficiente Rho de Spearman, mostró una correlación alta entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con relaciones moderadas y altas en dimensiones específicas, concluyendo una relación directa significativa entre ambas variables.

Seguidamente, los autores Silva y Balarezo (2022) en su investigación titulada "*La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salcedo*" tuvieron como objetivo centrarse en la satisfacción de los usuarios y su percepción de la calidad del servicio ofrecido. La metodología empleada fue cuantitativa, utilizando el Test SERVQUAL para recopilar datos generales y específicos sobre la calidad del servicio. Se evaluaron dimensiones como elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía. La investigación fue de tipo de campo y bibliográfica-documental. De una población de 21,450 habitantes en 2021, se seleccionaron 377 encuestas mediante muestreo. Los resultados principales señalaron áreas de mejora en la calidad del servicio público del GAD de Salcedo, evidenciando insatisfacción en aspectos específicos. Las conclusiones subrayaron la importancia de implementar acciones correctivas basadas en la retroalimentación de los usuarios para mejorar procesos y programas formativos institucionales, respondiendo a las necesidades de la comunidad.

De acuerdo con los autores Córdova y Terán (2022) en su investigación titulada "*La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de las empresas de multiservicio del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2022*", cuyo objetivo fue analizar la incidencia de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción del cliente en las empresas de multiservicios del cantón, se utilizó una metodología bibliográfica e investigación de campo. La investigación, de tipo descriptiva, utilizó métodos teórico-lógicos, deductivos y analítico-sintéticos, junto con cuestionarios dirigidos a colaboradores y clientes. La población incluyó cinco empresas de multiservicios en el cantón La Maná, con un total de 45 trabajadores, incluidos los dueños, y 380 clientes encuestados. Para evaluar la calidad del servicio se analizaron dimensiones como fiabilidad, garantía, tangibilidad, empatía y sensibilidad. Los resultados señalaron la necesidad de implementar un plan estratégico, usando la Matriz DAFO para evaluar a fondo la situación de estas empresas y mejorar la calidad del servicio, fortaleciendo así la satisfacción del cliente. En conclusión, se destacó la fiabilidad y garantía en el desempeño de los trabajadores, junto con áreas potenciales de mejora.

Según Posligua (2023), en su tesis titulada "*Gestión de Calidad y Satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado, Cantón Montecristi*", el objetivo fue analizar la efectividad de la gestión de calidad y la satisfacción del usuario. El trabajo empleó métodos deductivo, inductivo, bibliográfico y estadístico para recopilar información, utilizando encuestas aplicadas a una muestra de 307 usuarios. La calidad del servicio se evaluó a través de dimensiones tangibles e intangibles que surgen en los procesos de creación y entrega del servicio.

Se concluyó que existe un desconocimiento significativo en la implementación de modelos de gestión, lo cual afecta la veracidad de los trámites y genera insatisfacción entre los usuarios al no recibir un servicio adecuado y eficiente. Se recomienda realizar un diagnóstico del estado de la calidad en la prestación de servicios del GAD Municipal de Montecristi para satisfacer mejor las necesidades de los usuarios y cumplir los requisitos de forma efectiva y responsable.

## **1.2.2. Bases teóricas**

### **1.2.2.1. Agua**

Según Funcagua (2020), el agua, esencial para la vida, está compuesta de hidrógeno y oxígeno (H<sub>2</sub>O). En una gota de agua, sus moléculas están muy próximas, lo que permite que se deslicen entre sí, dándole su característica fluida. Es el único compuesto que existe en la naturaleza en estado sólido, líquido y gaseoso. A temperaturas bajo 0°C, se convierte en hielo, mientras que, al calentarse, pasa a vapor, cuyas moléculas se separan y ascienden a las nubes. La UNESCO (2021) destaca que el agua dulce es el recurso más vital para la humanidad, esencial para la vida, el desarrollo social, económico y ambiental, y puede generar tanto cooperación como conflictos.

### **1.2.2.2. Agua potable**

El agua potable, o agua de consumo segura, es aquella que no presenta riesgos significativos para la salud cuando se consume, aunque es importante considerar posibles vulnerabilidades. Debe ser adecuada para cualquier uso doméstico, incluyendo higiene personal y otros fines específicos (Organización Mundial de la Salud, 2017). Según la Normativa Técnica Ecuatoriana INEN 1108, el agua potable debe tener características biológicas y fisicoquímicas adecuadamente tratadas para asegurar su consumo seguro. Los requisitos para evaluar su calidad se basan en conocimientos científicos y tecnológicos y deben compararse con lo establecido en las normas vigentes (INEN, 2014).

### **1.2.2.3. Derecho al agua potable**

Ante los problemas actuales de contaminación hídrica, es fundamental analizar el acceso al agua potable como un derecho de carácter internacional, con el propósito de identificar las bases jurídicas que respaldan el derecho al consumo de agua (Bernazo S., 2015). Los instrumentos legales tanto universales como interamericanos establecen el acceso al agua potable como un derecho fundamental vinculado a la dignidad humana, considerándolo un derecho humano y social (Becerra, 2016).

La problemática de la contaminación hídrica en la actualidad demanda un análisis integral que reconozca el acceso al agua potable como un derecho humano fundamental. Este enfoque está respaldado por la Constitución de Ecuador, que en su artículo 12 establece: *"El agua es un derecho humano fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, dominio inalienable e imprescriptible del Estado, y es un elemento vital para la naturaleza y para la existencia de los seres humanos"* (Asamblea Constituyente, 2008). Este marco jurídico no solo refuerza la protección del recurso hídrico a nivel nacional, sino que también se alinea con los principios internacionales de derechos humanos que abogan por garantizar el acceso universal al agua potable como un elemento esencial para el desarrollo sostenible y la calidad de vida.

### **1.2.2.4. Puntos de captación**

Como sugiere su nombre, en los puntos de captación se recolecta el agua de fuentes como ríos o lagos. Aquí se realiza la separación de residuos sólidos voluminosos mediante una rejilla, impidiendo que piedras, desechos, ramas o animales acuáticos pasen. Tras pasar por el desarenador, el agua queda libre de residuos que puedan dañar las bombas de la planta de potabilización (Industrias Islas Perú, s.f.). Estos puntos de captación recolectan tanto agua superficial como subterránea, como paso inicial en el proceso de potabilización para hacerla apta para el consumo humano.

### **1.2.2.5. Estanques de regulación**

Después de ser captada y pasada por los puntos de recolección, el agua es retenida en depósitos reguladores. En este paso, se eliminan los sólidos y se añaden componentes

necesarios para la potabilización, como alguicidas, ácidos y agentes coagulantes, que aceleran este proceso (Industrias Islas Perú, s.f.). Los estanques de regulación constituyen el segundo paso en la potabilización del agua para consumo humano, diseñados específicamente para que, mediante la adición de un coagulante, las partículas se separen del agua, facilitando su tratamiento posterior.

#### **1.2.2.6. Calidad de servicio**

La calidad de servicio se entiende como la correspondencia entre lo que el cliente espera y lo que recibe, enfocándose en cumplir estas expectativas de manera consistente. Se identifican dos componentes principales: la calidad técnica (el “qué” recibe el cliente) y la calidad funcional (el “cómo” se entrega el servicio). Existen varios modelos como el de Sasser, Olsen y Wyckoff, el modelo SERVQUAL y el modelo de las brechas de Parasuraman, Zeithaml y Berry, cada uno con su enfoque particular en la evaluación de la calidad del servicio. La experiencia de calidad es influenciada por la imagen corporativa/local y se ve afectada por la interacción entre las expectativas del cliente y su percepción tras la utilización del servicio.

La calidad de servicio es un concepto que ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, adaptándose a las necesidades y expectativas cambiantes de los consumidores. En un principio, la calidad se definía sobre todo según características técnicas y funcionales de los productos y servicios. Sin embargo, este enfoque objetivo pronto se amplió para incluir dimensiones subjetivas, basadas en las percepciones y juicios de valor de los consumidores. Según Grönroos (1994), los servicios poseen atributos únicos como la intangibilidad y la simultaneidad de producción y consumo, lo que implica que la percepción del consumidor juega un papel crucial en la evaluación de la calidad.

El modelo se fundamenta en la necesidad de considerar dos dimensiones esenciales al evaluar la calidad del servicio: la técnica o diseño del servicio, que implica comprender adecuadamente las expectativas de los clientes, y la funcional o de ejecución del servicio, que se refiere a la manera en que se ofrece. Estas dos dimensiones impactan en la imagen corporativa de la empresa, la cual a su vez influye en la percepción de la calidad del servicio por parte del cliente. Basándose en estos principios, se identifican diversos factores que influyen en la dimensión técnica, como las máquinas y la tecnología informática, las habilidades técnicas de los empleados, las soluciones técnicas y el conocimiento; y en la dimensión funcional, como la accesibilidad, la apariencia, las actitudes, la predisposición al servicio, el comportamiento, las relaciones internas y el contacto con el cliente (Grönroos, 1982)

En este mismo enfoque, Parasuraman et al. (1985) desarrollaron un modelo teórico de calidad de servicio que presenta diez dimensiones. Este modelo, también conocido como el modelo de gaps o de brechas, describe la calidad del servicio como la diferencia entre la expectativa y la percepción real del servicio recibido. Posteriormente, estas diez dimensiones fueron reducidas a cinco. Los autores Parasuraman et al. (1988), simplificaron las dimensiones del modelo para valorar la calidad de los servicios, sintetizando los factores descritos en cinco dimensiones claramente diferenciadas, que contienen ítems convergentes.

Según Cronin y Taylor (1992) citado por Medrano y Quiñonez (2021) el modelo SERVPERF, buscó mejorar la herramienta de medición SERVQUAL. Los investigadores sostuvieron que los 22 ítems de rendimiento individual del SERVQUAL cubrían adecuadamente el ámbito de la calidad del servicio y los utilizaron para examinar las relaciones entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y las intenciones de compra. Concluyeron que la calidad del servicio debe evaluarse como una actitud y que los ítems que definen la calidad del servicio pueden variar entre diferentes industrias. En consecuencia, sugirieron que los consumidores no siempre elegían el servicio de mayor calidad, destacando que factores como la conveniencia, el precio o la disponibilidad podían aumentar la satisfacción del cliente, siempre que no perjudicaran la percepción de la calidad del servicio.

Según Duque (2005) citando a Rust y Oliver (1994), el modelo de los tres componentes, ofrece una definición de la calidad del servicio basada en la percepción. Aunque inicialmente se planteó para productos físicos, su aplicación al ámbito de los servicios es relevante y sigue siendo válido en la actualidad. Los tres elementos fundamentales de este modelo son: 1. Servicio y sus

características (Service Product), que se refiere al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente, incluyendo las características específicas ofrecidas. 2. Proceso de envío del servicio o entrega (Service Delivery), que considera cómo se proporciona el servicio al cliente, incluyendo la interacción directa y los procesos operativos. 3. Ambiente que rodea el servicio (Environment), que evalúa el contexto en el que se brinda el servicio, ya sea físico o virtual.

Finalmente, Vargas y Aldana (2011) la calidad y el servicio son dimensiones que están presentes de manera articulada para el beneficio y la satisfacción de las necesidades del cliente. Afirman que la calidad en el servicio se ha convertido en la principal estrategia de diferenciación entre las organizaciones de clase mundial, y que es muy difícil establecer líneas de frontera entre la calidad y el servicio, ya que no hay una línea que los divida. Las autoras destacan que la intención de incorporar la calidad en el servicio en la gestión diaria del negocio se aprecia en el contexto empresarial, y que la calidad debe ir más allá de un diseño perfecto y obligarse a estar presente en el servicio percibido del bien o producto al entregarlo.

#### **1.2.2.7. Empresas públicas**

Las empresas públicas desempeñan un papel crucial en América Latina y el Caribe al ofrecer servicios básicos a precios accesibles, lo que influye positivamente en las finanzas públicas. Sin embargo, enfrentan desafíos en ámbitos públicos, políticos, financieros y de gestión que reducen su eficiencia y transparencia. Para abordar estos problemas y asegurar la calidad de los servicios, los gobiernos han implementado nuevos modelos de gestión (Moreno, 2016).

En el país, las empresas públicas deben definir sus bienes o servicios conforme a la Ley Orgánica de Empresas Públicas y alinearse con el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), por consiguiente, cumplir con los objetivos locales del Gobierno Autónomo Descentralizado. La matriz de productos y servicios presentada a continuación es una herramienta esencial para identificar los requisitos y necesidades de una empresa pública, facilitando su constitución (CNC, 2017).

#### **1.2.2.8. Servicios públicos**

Existen dos enfoques para definir el servicio público. La definición objetiva se centra en asegurar la prestación de actividades fundamentales para todos los ciudadanos, buscando aceptación social. La definición subjetiva, por otro lado, considera el servicio público como una actividad regulada en el mercado, afectando la relación entre los sectores público y privado (Torno, 2016). Los servicios públicos deben orientarse a la ciudadanía, garantizando satisfacción y calidad, tomando en cuenta las características y condiciones geográficas y ambientales de la población. En este sentido, es necesario un compromiso y participación ciudadana para tomar decisiones acertadas, un desafío clave para los gobiernos nacionales y locales (Gaviria y Delgado, 2020).

#### **1.2.2.9. Servicio público de agua potable**

Para abordar el concepto de servicio público de agua potable, es fundamental reconocer el agua como un patrimonio natural y estratégico, así como un bien público que debe usarse de manera equilibrada, integrando valores sociales, comunitarios, culturales, políticos, económicos y ambientales (Constitución de la República del Ecuador, 2008). En este sentido, el Estado debe promover políticas hídricas integradas y sectorizadas para asegurar el acceso progresivo a agua segura, limpia y continua para los ciudadanos (MICSE, 2017).

De manera similar, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en su Objetivo 6, establece la necesidad de garantizar la disponibilidad y gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos, con la meta para 2030 de mejorar la calidad del agua y reducir la contaminación y descarga de productos químicos peligrosos (Naciones Unidas, 2018). Ecuador se alinea con estos objetivos formulando una estrategia de calidad del agua para proteger los recursos hídricos, los ecosistemas, la salud pública y la seguridad alimentaria, y para monitorear los contaminantes en fuentes naturales a nivel nacional, apoyando así el desarrollo sostenible y el Plan Nacional del Buen Vivir (ENCA, 2016).

### **1.2.2.10. Percepción de los usuarios**

La percepción ciudadana sobre la atención y prestación de los servicios públicos se refiere a su opinión sobre aspectos positivos, como instalaciones cómodas, atención rápida y buena calidad del servicio, y aspectos negativos, como la lentitud en los trámites y baja calidad en algunos casos (Villa et al., 2017). La importancia de estos servicios para el bienestar de la población reside en cómo contribuyen a mejorar su calidad de vida, siendo un indicador en informes sobre satisfacción ciudadana, gasto público, y calidad del servicio (Secretaría General Técnica, 2019).

En Ecuador, el Ministerio del Trabajo se enfoca en mejorar la percepción de calidad de los servicios públicos mediante el desarrollo de herramientas y mecanismos que permitan evaluar esta percepción ciudadana (Ministerio del Trabajo, 2018). Así pues, el Plan Nacional de Desarrollo establece como meta elevar la percepción de calidad en los servicios públicos y promueve una sociedad participativa y cercana a la ciudadanía en su objetivo siete.

### **1.2.2.11. Percepción del servicio de agua potable**

La percepción ciudadana sobre la atención y prestación de los servicios públicos se refiere a su opinión sobre aspectos positivos, como instalaciones cómodas, atención rápida y buena calidad del servicio, y aspectos negativos, como la lentitud en los trámites y baja calidad en algunos casos (Villa et al., 2017). La importancia de estos servicios para el bienestar de la población reside en cómo contribuyen a mejorar su calidad de vida, siendo un indicador en informes sobre satisfacción ciudadana, gasto público, y calidad del servicio (Secretaría General Técnica, 2019).

En Ecuador, el Ministerio del Trabajo se enfoca en mejorar la percepción de calidad de los servicios públicos mediante el desarrollo de herramientas y mecanismos que permitan evaluar esta percepción ciudadana (Ministerio del Trabajo, 2018). Asimismo, el Plan Nacional de Desarrollo establece como meta elevar la percepción de calidad en los servicios públicos y promueve una sociedad participativa y cercana a la ciudadanía en su objetivo siete.

### **1.2.2.12. Satisfacción de los usuarios**

Para Rodríguez y Gómez (1991) la satisfacción del usuario depende del diseño y ejecución del servicio según sus expectativas: "Depende, en primer lugar, del diseño del servicio que se le presta el cual debe estar acorde con los atributos que él valora del mismo, en segundo lugar, que haya concordancia entre el servicio realizado y las especificaciones de diseño" (pág. 51)

Según Rey Martín (2000) define que la satisfacción del usuario es un objetivo que se busca alcanzar y que depende tanto de la calidad del servicio prestado como de los valores y expectativas del propio usuario, con respecto a otros factores como el tiempo, dinero, esfuerzo o sacrificio invertidos. Esto implica que, para evaluar la satisfacción, es esencial considerar una visión holística del usuario, incluyendo no solo sus respuestas ante la calidad del servicio, sino también su contexto personal y los recursos que ha dedicado para obtener dicho servicio.

La satisfacción del usuario es un reflejo directo de cómo un producto o servicio cumple con sus expectativas. Cuando un producto o servicio no alcanza lo que el usuario espera, naturalmente, surge la insatisfacción, como lo menciona Kotler y Armstrong (2012), por otro lado, si se cumplen estas expectativas, el cliente quedará satisfecho. La satisfacción del usuario depende del desempeño percibido del producto / servicio, en relación con las expectativas del usuario. Si el desempeño del producto / servicio no cubre las expectativas, el usuario se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, éste estará satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, se sentirá muy satisfecho o incluso encantado. (pág. 41)

La satisfacción puede entenderse como la sensación de plenitud que experimenta el cliente, como la satisfacción de una necesidad que posee el cliente, como la evaluación que el cliente realiza sobre el servicio, y como el nivel de satisfacción emocional de una persona al comparar un producto o servicio (Mamani, 2019).

Finalmente, Basantes et al. (2016) define que la satisfacción del usuario debe ir acompañada de elementos que fortalezcan la relación entre el cliente y la entidad proveedora del producto o servicio. Para ello, mencionan la aplicación de varios modelos a lo largo del tiempo. Entre los más utilizados en investigaciones sobre la variable satisfacción se encuentran el modelo de Jerarquía Multidimensional, el modelo Servperf, el modelo Servqual y el de Servucción. El modelo de Jerarquía Multidimensional sugiere que para medir la satisfacción del cliente es necesario observar y analizar el desempeño del vendedor y el impacto que este tiene en el consumidor, proporcionando una visión más exacta del nivel de satisfacción.

#### **1.2.2.13. Fiabilidad**

La fiabilidad está formada por: eficacia, aseguramiento, el conocimiento de los colaboradores, su capacidad de comunicarse y brindar confianza, eficiencia, que se brinde un buen servicio a la primera vez, efectividad, repetición, volver a ejecutar el servicio las veces que se necesite hasta que sea idóneo (Solano y Uzcátegui, 2017). Desde esta perspectiva, la fiabilidad es la habilidad de llevar a cabo el servicio que se promete de modo fiable, oportuno y preciso (Rezaei et al., 2018).

#### **1.2.2.14. Nivel de satisfacción**

Por su parte, el nivel de satisfacción es el resultado subjetivo de la comparación entre la experiencia percibida y las expectativas previas. Kotler y Keller (2016) definen la satisfacción como "la percepción del cliente sobre el grado en que sus necesidades, deseos y expectativas han sido cumplidos". La Teoría de la Equidad de Adams (1963) también es relevante en este contexto, ya que plantea que los individuos evalúan su satisfacción en función de la justicia percibida en la relación entre los costos (esfuerzo, tiempo, dinero) y los beneficios obtenidos.

Un modelo ampliamente utilizado para evaluar la satisfacción es el Modelo SERVQUAL, propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), que mide la calidad del servicio a través de cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo relaciona directamente las expectativas iniciales con la percepción final del servicio, permitiendo identificar brechas que afectan la satisfacción.

El Modelo de Confirmación de Expectativas enfatiza la importancia de gestionar las expectativas del cliente desde el inicio (Oliver, 1980). Un análisis de casos en sectores como la hospitalidad y el comercio electrónico muestra que la disconfirmación negativa genera insatisfacción significativa, mientras que la confirmación positiva fomenta la lealtad del cliente. Por ejemplo, estudios recientes han demostrado que las expectativas influyen en un 70 % en la percepción final del cliente (Chauhan y Singh, 2022).

En cuanto a la teoría de la Equidad, los clientes evalúan si los beneficios recibidos están en proporción con los esfuerzos realizados (Adams, 1963). Un análisis aplicado al ámbito educativo, por ejemplo, revela que estudiantes perciben mayor satisfacción cuando sienten que el esfuerzo invertido en su aprendizaje se corresponde con los recursos y apoyo proporcionados por la institución (Sweeney y Ingram, 2020).

El Modelo SERVQUAL permite analizar cómo las discrepancias entre las expectativas y las percepciones afectan el nivel de satisfacción (Parasuraman et al., 1988). Un caso práctico en el sector de servicios bancarios mostró que la dimensión de seguridad es la que más influye en la satisfacción global, seguida de la empatía y la capacidad de respuesta (Ladhari, 2009). Estas teorías proporcionan herramientas para comprender cómo las expectativas iniciales y la percepción del desempeño influyen en la satisfacción. Por tanto, estudios recientes confirman su relevancia en diversos sectores, ofreciendo datos reales que respaldan su aplicación práctica.

### **1.2.2.15. Capacidad de respuesta**

La Capacidad de Respuesta se refiere a la habilidad de un sistema, organización o individuo para actuar de manera rápida y efectiva ante las necesidades de los usuarios o situaciones inesperadas. Según Parasuraman et al. (1988), esta dimensión es fundamental en el modelo SERVQUAL, que mide la calidad del servicio. Entre los aspectos clave de esta variable se encuentran la velocidad de atención, la disponibilidad para resolver problemas y la flexibilidad en la prestación del servicio. Estudios realizados en el ámbito de la salud, como los de Grönroos (1990), destacan que una alta capacidad de respuesta incrementa significativamente la satisfacción del cliente.

### **1.2.2.16. Empatía**

La Empatía implica la capacidad de comprender y compartir los sentimientos o necesidades del cliente, mostrando un interés genuino. Este concepto se valora especialmente en servicios personalizados, ya que fomenta relaciones duraderas y basadas en la confianza. Según Davis (1996), la empatía se refleja en la atención individualizada, la escucha activa y la comprensión de las necesidades específicas, lo que genera un impacto positivo en la percepción del cliente.

### **1.2.2.17. Seguridad**

la Seguridad está relacionada con la confianza y la ausencia de riesgos en la prestación del servicio, abarcando aspectos como la competencia del personal, la confidencialidad y un ambiente físico que transmita fiabilidad. Asimismo, Kotler y Keller (2016) subrayan que esta dimensión es crítica en sectores de alto riesgo percibido, como la banca, la salud y la aviación.

### **1.2.2.18. Elementos tangibles**

los Elementos Tangibles representan los aspectos físicos asociados al servicio, tales como las instalaciones, los equipos, la apariencia del personal y los materiales de comunicación. Parasuraman et al. (1988) señalan que estos elementos influyen directamente en las primeras impresiones del cliente y en su evaluación general del servicio. En síntesis, estas dimensiones son clave para evaluar y mejorar la calidad del servicio en cualquier organización. La integración de teorías clásicas y estudios recientes permite una comprensión más amplia de su impacto en la percepción y satisfacción del cliente.

### **1.2.2.19. Valor percibido**

El valor percibido es un componente clave de la satisfacción del cliente. Las empresas deben considerar las expectativas de los clientes y asegurarse de que el rendimiento percibido sea congruente con ellas. De esta manera, los clientes pueden evaluar la calidad del servicio y la satisfacción que obtienen. Algunos indicadores clave de satisfacción son el nivel de satisfacción percibido, la calidad percibida y las expectativas. Las empresas deben también considerar las expectativas de los clientes en relación con la calidad del servicio y la satisfacción que obtienen. El valor percibido es un indicador clave de la satisfacción del cliente (Kotler & Kaller, 2006).

### **1.2.2.20. Expectativas**

Las expectativas se definen como las creencias previas de un individuo sobre lo que debería recibir como resultado de un servicio o producto. Según Oliver (1980), las expectativas actúan como un estándar de referencia contra el cual los consumidores comparan su experiencia real. El modelo de la Confirmación de Expectativas de Oliver establece que la satisfacción del cliente depende del grado en que las expectativas son confirmadas (cumplidas, excedidas o no alcanzadas). Este modelo destaca tres posibles escenarios: la confirmación positiva (cuando el desempeño supera las expectativas), la confirmación neutra (cuando el desempeño coincide con las expectativas) y la disconfirmación negativa (cuando el desempeño no cumple con las expectativas).

## CAPÍTULO 2

### 2. Metodología

#### 2.1. Diseño teórico

##### 2.1.1. Definición de variables

**Calidad de servicio:** Evaluación del desempeño de un servicio según su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

**Satisfacción del usuario:** Es la medida en que los usuarios se sienten contentos con un producto o servicio. Está determinada por la diferencia entre las expectativas previas del usuario y su percepción real del servicio recibido.

##### 2.1.2. Objetivo y campo de acción

**Objeto:** Servicio de agua potable.

**Campo de acción:** Calidad de servicio para la satisfacción de los usuarios.

##### 2.1.3. Operacionalización de las variables

Tabla 1.

*Operacionalización de las variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<b>Calidad de Servicio</b> (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)	Fiabilidad	• Precisión en la ejecución del servicio	¿Qué tan satisfecho está con la precisión en la ejecución del servicio de agua potable?
		• Confiabilidad del servicio	¿Qué tan satisfecho está con la calidad y consistencia del servicio de agua potable?
	Capacidad de respuesta	• Rapidez de atención a las solicitudes	¿Está satisfecho con la rapidez en la atención de sus solicitudes?
		• Disponibilidad de personal para atender	¿Cuál es su nivel de satisfacción con la disponibilidad del personal y la rapidez en la solución de problemas relacionados con el servicio de agua potable?
Empatía	• Rapidez en la solución de problemas	• Calidad de la atención al cliente	¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente proporcionada por el personal?
	• Atención personalizada a los usuarios	• Calidad del agua suministrada	¿Qué grado de satisfacción tiene sobre la atención personalizada que recibe?
	Seguridad		¿Está satisfecho con la calidad del agua potable que recibe?

<b>Satisfacción de los usuarios</b> (Kotler & Kaller, 2006)	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernidad de los equipos utilizados para la potabilización del agua</li> </ul>	¿En qué medida está satisfecho con la modernidad y eficiencia de los equipos utilizados para la potabilización del agua?
	Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación Calidad-Precio</li> <li>• Presión del agua recibida</li> <li>• Regularidad del servicio sin interrupciones</li> <li>• Rapidez en el tiempo de reparación</li> </ul>	<p>¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la calidad-precio del servicio de agua potable?</p> <p>¿Qué grado de satisfacción tiene sobre la presión (fuerza) del agua recibida y la regularidad del servicio de agua potable?</p> <p>¿Está satisfecho con el tiempo de reparación en caso de problemas con el servicio de agua potable?</p>
	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad esperada</li> <li>• Cumplimiento de los horarios establecidos</li> <li>• Costo esperado</li> <li>• Satisfacción con la disponibilidad de información sobre el servicio</li> </ul>	<p>¿Está satisfecho con la calidad del agua potable y con los horarios establecidos?</p> <p>¿El costo del servicio de agua potable es acorde a sus expectativas?</p>
	Nivel de satisfacción		¿Qué tan satisfecho está usted en general con el servicio de agua potable en la Parroquia Crucita?

#### 2.1.4. Formulación del problema

##### 2.1.4.1. Problema general

¿Cómo influye la calidad de servicio de agua potable en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024?

##### 2.1.4.2. Problemas específicos

**PE1:** ¿Los elementos tangibles del servicio de agua potable influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?

**PE2:** ¿La fiabilidad del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?

**PE3:** ¿La capacidad de respuesta del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?

**PE4:** ¿La empatía del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?

**PE5:** ¿La seguridad del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?

#### **2.1.4.3. Objetivo general**

Determinar cómo influye la calidad del servicio de agua potable en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024.

#### **2.1.4.4. Objetivos específicos**

**OE1:** Analizar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**OE2:** Analizar la influencia de la fiabilidad del servicio en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**OE3:** Evaluar la influencia de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**OE4:** Determinar la influencia de la empatía en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**OE5:** Identificar la influencia de la seguridad del servicio en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

#### **2.1.4.5. Hipótesis general**

**Hi:** La calidad del servicio de agua potable influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024.

**Ho:** La calidad del servicio de agua potable NO influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024.

#### **2.1.4.6. Hipótesis específicas**

**HE1:** Hi: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**Ho:** Los elementos tangibles NO influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**HE2:** Hi: La fiabilidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**Ho:** La fiabilidad del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**HE3:** Hi: La capacidad de respuesta influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**Ho:** La capacidad de respuesta NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**HE4:** Hi: La empatía del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**Ho:** La empatía del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**HE5:** Hi: La seguridad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

**Ho:** La seguridad del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

## 2.2. Diseño metodológico

### 2.2.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, ya que se busca recoger y analizar datos numéricos que permitan medir la calidad del servicio de agua potable y la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita. El alcance es descriptivo y correlacional: descriptivo porque se busca describir las características del servicio de agua potable y la satisfacción de los usuarios, y correlacional porque se intenta determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. El diseño de la investigación es no experimental y transversal, dado que no se manipulan las variables, sino que se observan tal como se presentan en el entorno natural, y los datos se recogen en un único punto en el tiempo.

### 2.2.2. Población y muestra

**Población:** La población objeto de estudio son los usuarios del servicio de agua potable en la Parroquia Crucita. Según los datos disponibles, la población total es de 16,997 personas.

**Muestra:** La población objeto de estudio son los 16,997 habitantes de la Parroquia Crucita. Para calcular la muestra, se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Según estos parámetros y utilizando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, la muestra será de aproximadamente 376 personas, asegurando una representación adecuada de la población en general.

### 2.2.3. Instrumento de medición

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, ya que esta permite recolectar información de manera cuantitativa.

Formula:

- Tamaño de la población N: 16,997
- Nivel de confianza z: 1.96.
- Proporción estimada p: 0.5.
- Margen de error E: 0.05.

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

$$n = \frac{16,997 * 1.96_a^2 * 50% * 50%}{5\%^2 * (16,997 - 1) + 1.96_a^2 * 50% * 50%}$$

$$n = 375.69 = 376$$

## CAPÍTULO 3

### 3. Resultados

#### 3.1. Análisis de Fiabilidad

Tabla 2.

Análisis de fiabilidad

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
.950	14

Se utilizó el instrumento de fiabilidad Alfa de Cronbach para el análisis de consistencia de 14 ítems, el resultado de este coeficiente fue de 0,950, es decir, que el instrumento de recolección de datos es confiable.

#### 3.1.1. Resultados de la encuesta – estadística descriptiva

##### X: Calidad de servicio

Tabla 3.

Frecuencia de la variable X: Calidad de servicio

<b>X_Calidad_de_servicio</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	6	1.6	1.6	1.6
	Insatisfecho	53	14.1	14.1	15.7
	Neutral	196	52.1	52.1	67.8
	Algo satisfecho	90	23.9	23.9	91.8
	Muy satisfecho	31	8.2	8.2	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

Nota. Elaboración propia

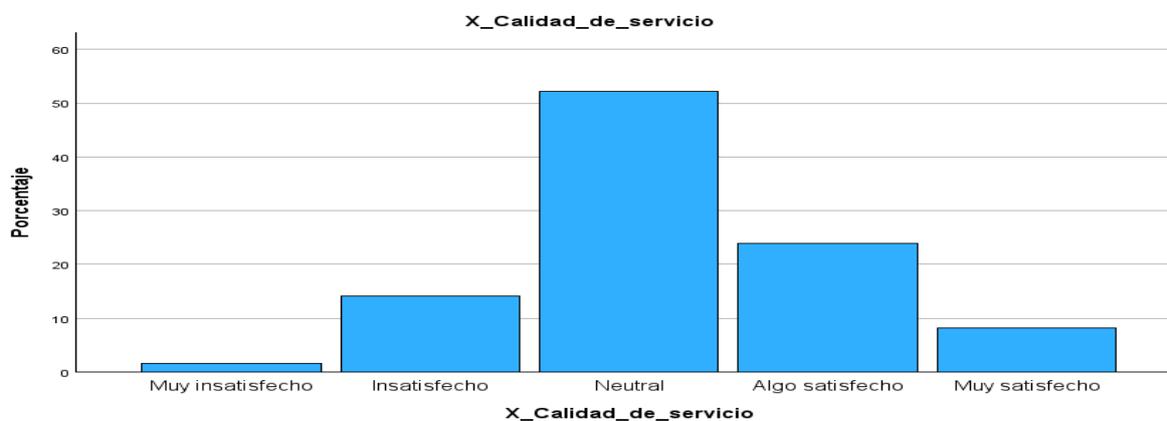


Figura 1. Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X: Calidad de servicio

Nota. Elaboración propia

## Análisis

Al evaluar la calidad del servicio de agua potable, la mayoría de los usuarios presento una postura neutral, lo que sugiere que, en general, no tienen una percepción extremadamente positiva ni negativa, sin embargo, este resultado puede interpretarse como una oportunidad para mejorar, ya que indica que el servicio no está superando las expectativas de los usuarios, pero tampoco está generando una insatisfacción masiva. Aun así, una proporción considerable de los usuarios expresó insatisfacción, esto destaca problemas importantes que se deben atender, como la estabilidad del suministro y la calidad del agua. Por otra parte, aquellos que se declararon satisfechos representan una minoría, lo que resalta la necesidad de realizar mejoras en la prestación de servicio para convertir a los usuarios neutrales en satisfechos.

### X1: Fiabilidad

**Tabla 4.**

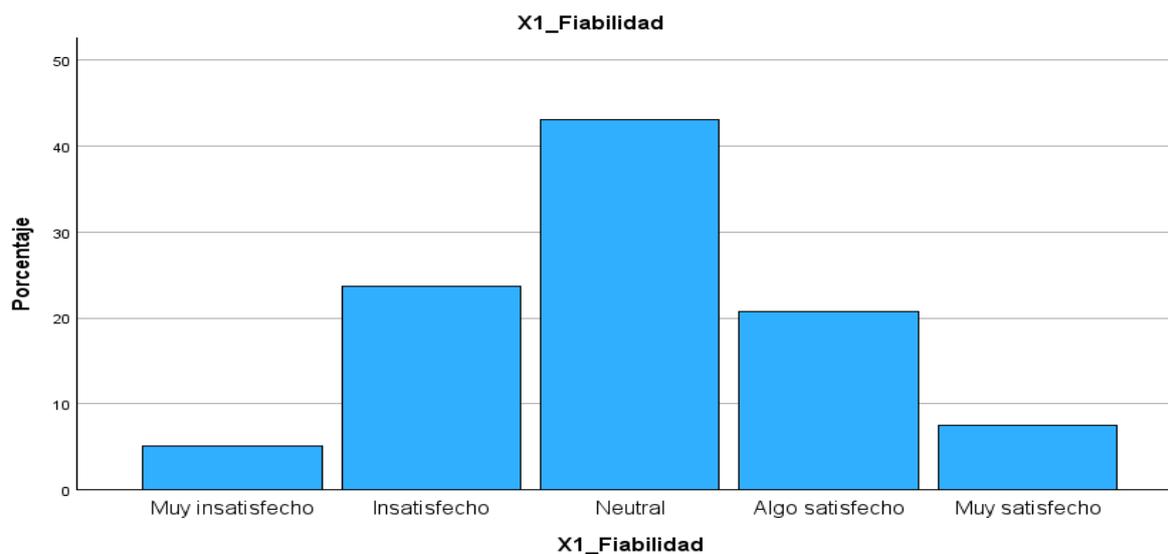
*Frecuencia de la variable X1: Fiabilidad*

		<b>X1_Fiabilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	19	5.1	5.1	5.1
	Insatisfecho	89	23.7	23.7	28.7
	Neutral	162	43.1	43.1	71.8
	Algo satisfecho	78	20.7	20.7	92.6
	Muy satisfecho	28	7.4	7.4	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 2.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X1: Fiabilidad*



*Nota.* Elaboración propia

## Análisis

La fiabilidad, que se refiere a la capacidad del servicio para cumplir consistentemente con lo prometido, la mayoría de los usuarios mostró una percepción neutral sobre la fiabilidad del servicio, lo que indica que, aunque hay algunos problemas reportados, no generan una percepción predominantemente negativa. Es importante mantener y fortalecer la consistencia del servicio para que los usuarios puedan confiar más en su continuidad y calidad.

## X2: Capacidad de respuesta

**Tabla 5.**

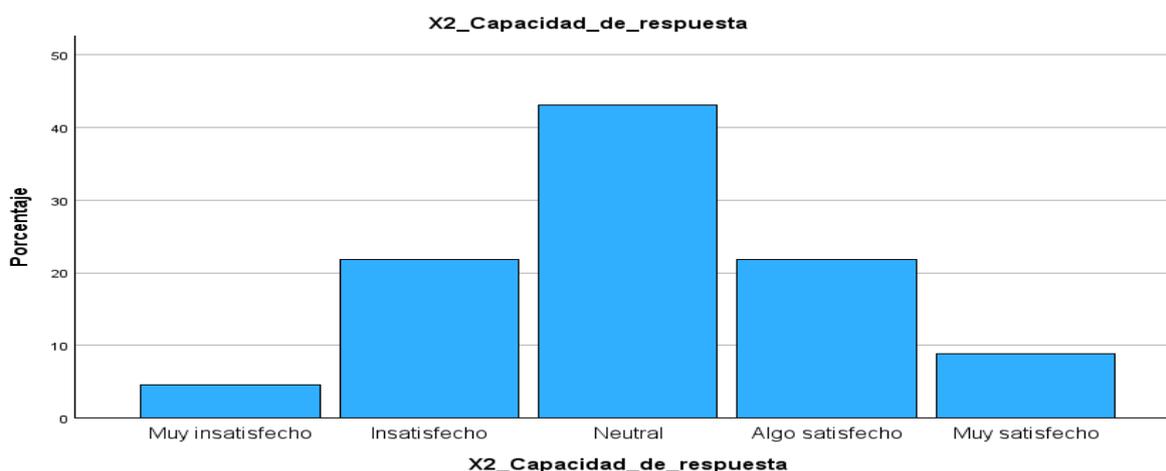
*Frecuencia de la variable X2: Capacidad de respuesta*

		X2_Capacidad_de_respuesta			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	17	4.5	4.5	4.5
	Insatisfecho	82	21.8	21.8	26.3
	Neutral	162	43.1	43.1	69.4
	Algo satisfecho	82	21.8	21.8	91.2
	Muy satisfecho	33	8.8	8.8	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 3.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X2: Capacidad de respuesta*



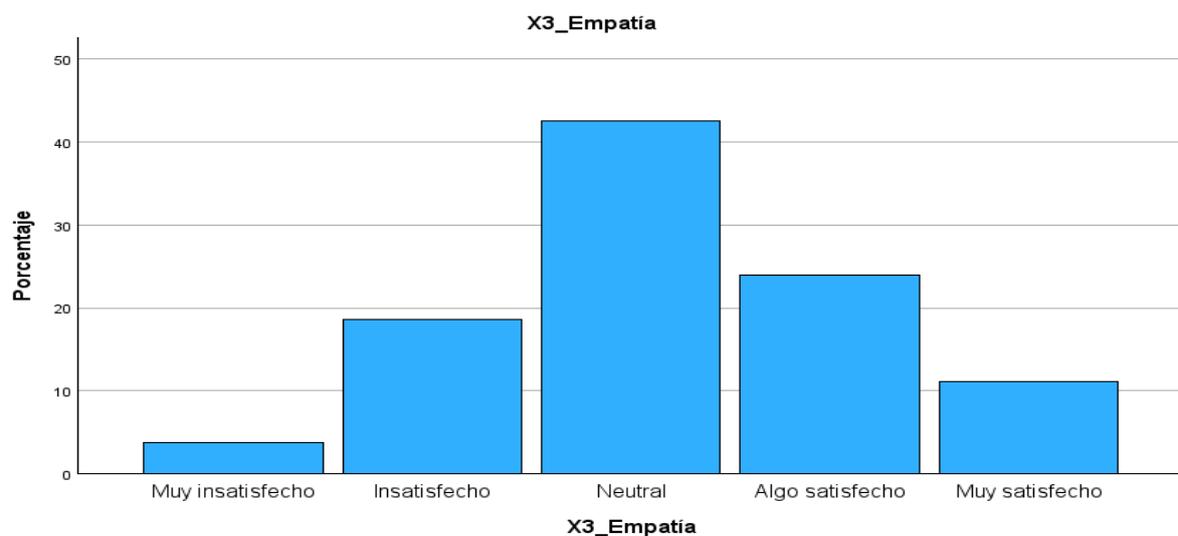
*Nota.* Elaboración propia

## Análisis

La capacidad de respuesta, que mide la rapidez y eficacia con la que el servicio reacciona a las solicitudes y problemas de los usuarios, fue mayoritariamente neutral, lo que sugiere que, aunque hay usuarios que consideran que el tiempo de respuesta podría mejorar, la mayoría no tiene una percepción ni extremadamente positiva ni negativa. Esto presenta una oportunidad para optimizar los tiempos de atención y mejorar la experiencia de los usuarios.

**X3: Empatía****Tabla 6.***Frecuencia de la variable X3: Empatía*

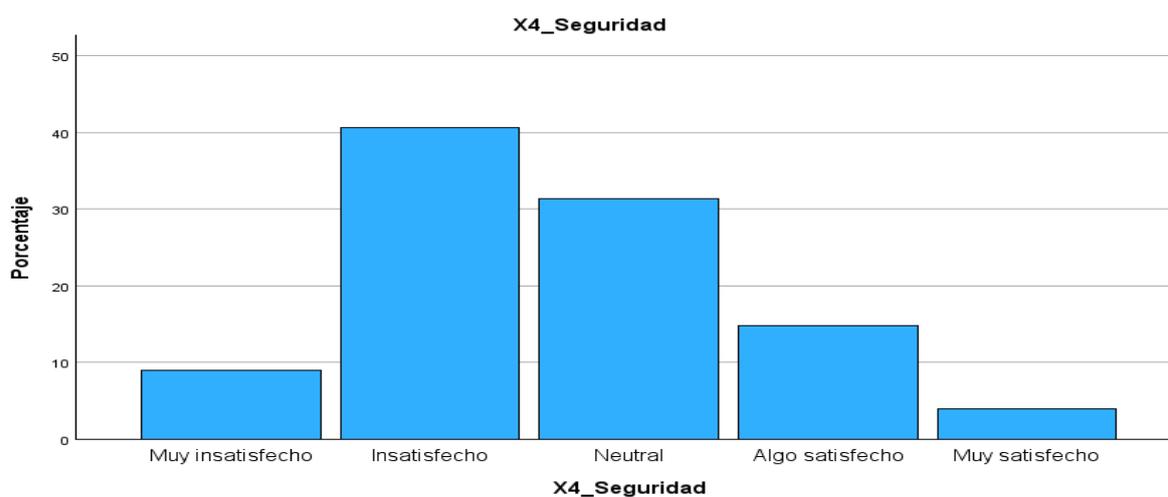
		<b>X3_Empatía</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	14	3.7	3.7	3.7
	Insatisfecho	70	18.6	18.6	22.3
	Neutral	160	42.6	42.6	64.9
	Algo satisfecho	90	23.9	23.9	88.8
	Muy satisfecho	42	11.2	11.2	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia**Figura 4.***Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X3: Empatía**Nota.* Elaboración propia**Análisis**

El nivel de empatía, es decir, la capacidad del personal del servicio para ponerse en el lugar de los usuarios y brindar un trato personalizado, la mayoría de las respuestas se ubicó en un estado neutral respecto a la empatía del servicio, lo que indica que los usuarios no perciben un nivel destacado de atención personalizada, pero tampoco una gran deficiencia en este aspecto. Mejorar el trato individualizado puede convertir estas percepciones neutras en opiniones más positivas.

**X4: Seguridad****Tabla 7.***Frecuencia de la variable X4: Seguridad*

		<b>X4_Seguridad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	34	9.0	9.0	9.0
	Insatisfecho	153	40.7	40.7	49.7
	Neutral	118	31.4	31.4	81.1
	Algo satisfecho	56	14.9	14.9	96.0
	Muy satisfecho	15	4.0	4.0	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia**Figura 5.***Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X4: Seguridad**Nota.* Elaboración propia**Análisis**

La seguridad del servicio, referida principalmente a la calidad del agua suministrada y a la confianza que los usuarios depositan en el mismo, fue otra área de insatisfacción significativa. La percepción de que el agua no es completamente segura para el consumo afecta gravemente la confianza en el servicio. Esto puede estar relacionado con problemas en la potabilización del agua, en la infraestructura o en la comunicación clara de los estándares de calidad que se siguen. Los usuarios necesitan estar seguros de que el agua que consumen es saludable y libre de contaminantes.

### X5: Elementos tangibles

**Tabla 8.**

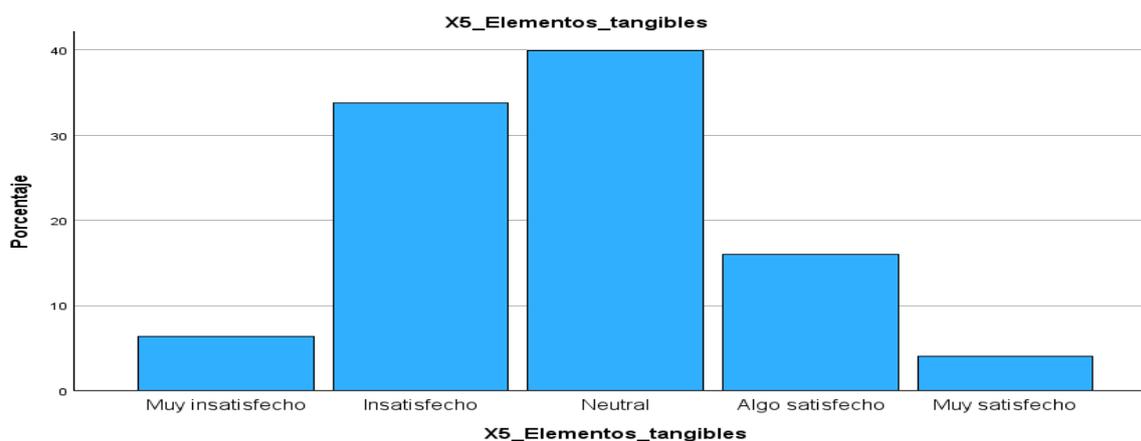
*Frecuencia de la variable X5: Elementos tangibles*

		X5_Elementos_tangibles			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	24	6.4	6.4	6.4
	Insatisfecho	127	33.8	33.8	40.2
	Neutral	150	39.9	39.9	80.1
	Algo satisfecho	60	16.0	16.0	96.0
	Muy satisfecho	15	4.0	4.0	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 6.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable X5: Elementos tangibles*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis

Los elementos tangibles, como el estado de las instalaciones, la modernidad del equipamiento y el acceso a infraestructuras adecuadas, aunque la mayoría de los usuarios se mostró neutral respecto a los elementos tangibles, hubo indicios de una leve inclinación hacia la insatisfacción. Esto sugiere que, si bien las instalaciones y equipos cumplen con lo básico, no terminan de satisfacer plenamente las expectativas de modernidad y calidad. Mejoras en la infraestructura y actualización de equipos podrían ayudar a cambiar esta percepción hacia algo más positivo.

### Y: Satisfacción de los usuarios

**Tabla 9.**

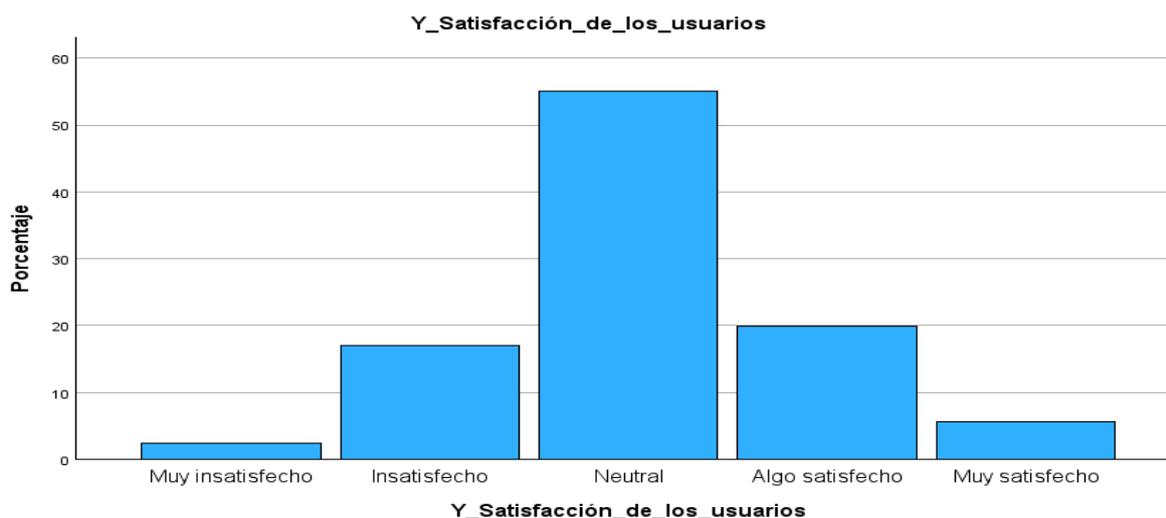
*Frecuencia de la variable Y: Satisfacción de los usuarios*

		Y_Satisfacción_de_los_usuarios			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	9	2.4	2.4	2.4
	Insatisfecho	64	17.0	17.0	19.4
	Neutral	207	55.1	55.1	74.5
	Algo satisfecho	75	19.9	19.9	94.4
	Muy satisfecho	21	5.6	5.6	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 7.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y: Satisfacción de los usuarios*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis

La satisfacción general de los usuarios fue mayoritariamente neutral, lo que implica que, aunque no hay un descontento generalizado, tampoco existe un alto grado de satisfacción. Este resultado es indicativo de que el servicio de agua potable en Crucita se encuentra en un punto de estancamiento, donde los usuarios no experimentan una mejora sustancial en su experiencia con el servicio. Aquellos que se muestran insatisfechos destacan principalmente problemas relacionados con la calidad, la fiabilidad y la capacidad de respuesta.

### Y1: Valor percibido

**Tabla 10.**

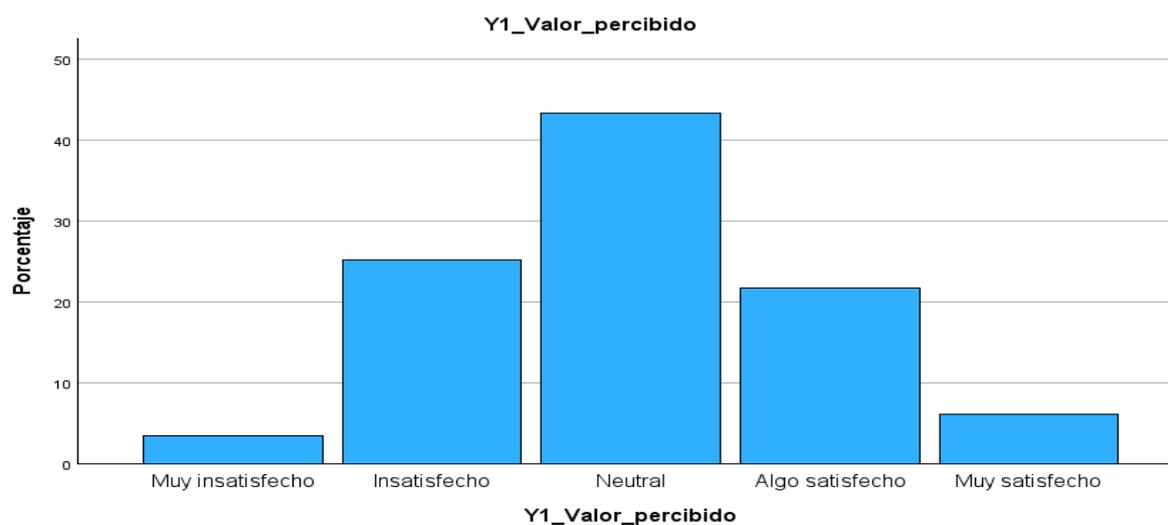
*Frecuencia de la variable Y1: Valor percibido*

		Y1_Valor_percibido		
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido acumulado
	Muy insatisfecho	13	3.5	3.5
	Insatisfecho	95	25.3	28.7
	Neutral	163	43.4	72.1
	Algo satisfecho	82	21.8	93.9
	Muy satisfecho	23	6.1	100.0
	Total	376	100.0	100.0

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 8.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y1: Valor percibido*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis

El valor percibido mide la relación entre la calidad del servicio y el precio que los usuarios pagan. Los usuarios mayoritariamente mantuvieron una opinión neutral respecto al valor percibido, sugiriendo que el equilibrio entre calidad y precio del servicio es aceptable, pero no especialmente destacable. Para transformar estas percepciones, se podría considerar añadir más beneficios o reducir costos, de manera que los usuarios perciban un mejor valor.

## Y2: Expectativas

**Tabla 11.**

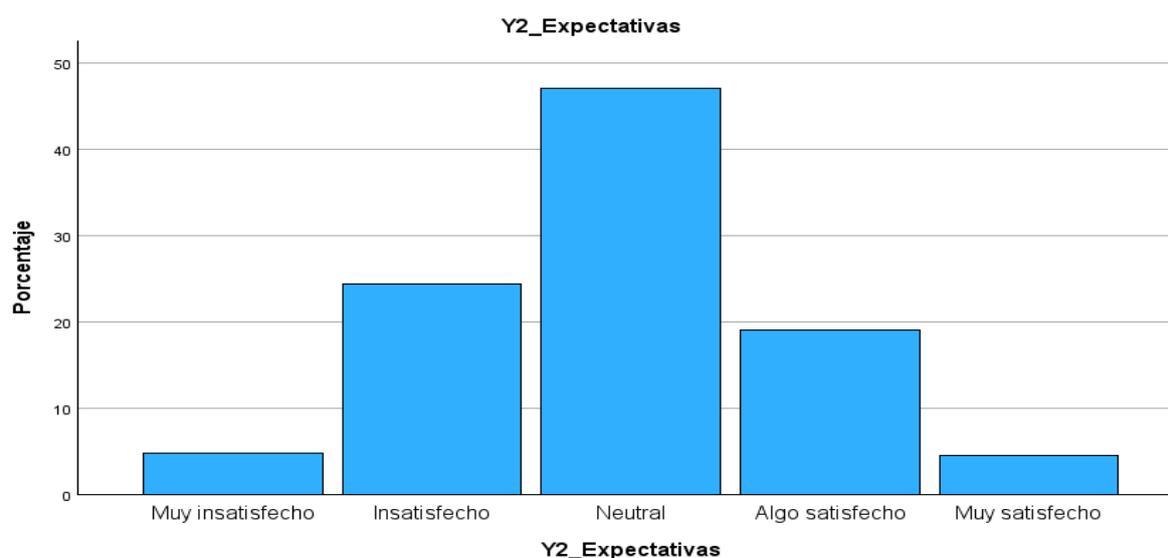
*Frecuencia de la variable Y2: Expectativas*

		Y2_Expectativas			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy insatisfecho	18	4.8	4.8	4.8
	Insatisfecho	92	24.5	24.5	29.3
	Neutral	177	47.1	47.1	76.3
	Algo satisfecho	72	19.1	19.1	95.5
	Muy satisfecho	17	4.5	4.5	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 9.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y2: Expectativas*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis

Las expectativas de los usuarios en cuanto al servicio no han sido completamente satisfechas. Aunque en cuanto a las expectativas, la mayoría de los encuestados adoptó una postura neutral. Esto indica que el servicio cumple con las expectativas mínimas sin excederlas. Para avanzar hacia niveles más altos de satisfacción, sería clave alinear el servicio con las expectativas específicas de los usuarios, ofreciendo mejoras en consistencia y puntualidad.

### Y3: Nivel de satisfacción

**Tabla 12.**

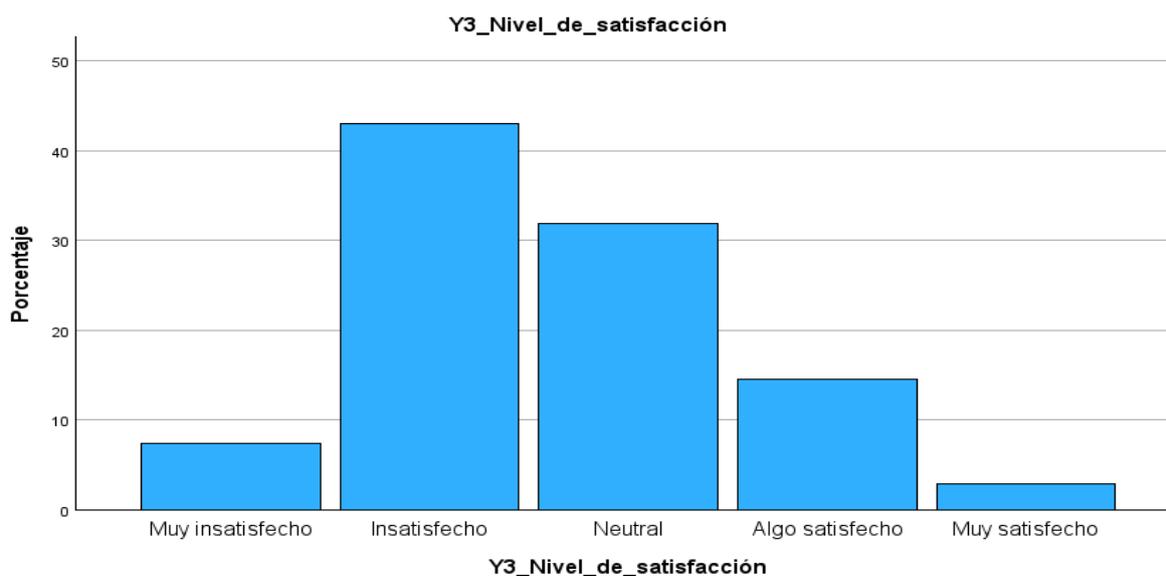
*Frecuencia de la variable Y3: Nivel de satisfacción*

		Y3_Nivel_de_satisfacción			Porcentaje acumulado
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
	Muy insatisfecho	28	7.4	7.4	7.4
	Insatisfecho	162	43.1	43.1	50.5
	Neutral	120	31.9	31.9	82.4
	Algo satisfecho	55	14.6	14.6	97.1
	Muy satisfecho	11	2.9	2.9	100.0
	Total	376	100.0	100.0	

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 10.**

*Gráfica de la tabla de frecuencia de la variable Y3: Nivel de satisfacción*



*Nota.* Elaboración propia

### Análisis

El nivel de satisfacción global muestra que una parte significativa de los usuarios está insatisfecha. Esto pone de relieve la necesidad urgente de realizar mejoras en diversas áreas del servicio para elevar el nivel de satisfacción de los usuarios. Las expectativas insatisfechas, sumadas a problemas con la fiabilidad y la capacidad de respuesta, son factores clave que deben ser abordados para mejorar la experiencia del usuario con el servicio.

## 3.2. Comprobación de hipótesis

### 3.2.1. Hipótesis general

Hi: La calidad del servicio de agua potable influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024.

Hi: La calidad del servicio de agua potable NO influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Parroquia Crucita en el año 2024.

Comprobación:

**Tabla 13.**

*Coefficiente de correlación X sobre Y*

		X_Calidad_ de servicio	Y_Satisfacción_ de los usuarios
Rho de Spearman	X_Calidad_ de servicio	1.000	.780**
	Coefficiente de correlación	.	<.001
	Sig. (bilateral)	376	376
	N	.780**	1.000
	Y_Satisfacción_ de los usuarios	<.001	.
	Coefficiente de correlación	376	376
	Sig. (bilateral)		
	N		

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* La tabla 13 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,780). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 1

Hi: La fiabilidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

Ho: La fiabilidad del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Comprobación:

**Tabla 14.**

*Coefficiente de correlación X1 sobre Y*

		X1 Fiabilidad	Y_Satisfacción_ de los usuarios
Rho de Spearman	X1_Fiabilidad	1.000	.713**
	Coefficiente de correlación	.	<.001
	Sig. (bilateral)	376	376
	N	.713**	1.000
	Y_Satisfacción_ de los usuarios	<.001	.
	Coefficiente de correlación	376	376
	Sig. (bilateral)		
	N		

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* La tabla 14 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,712). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 2

Hi: La capacidad de respuesta influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

Ho: La capacidad de respuesta NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Comprobación:

**Tabla 15.**

*Coefficiente de correlación X2 sobre Y*

		X2_Capacidad_ de respuesta	Y_Satisfacción_ de los usuarios
Rho de Spearman	X2_Capacidad_de_	1.000	.688**
	respuesta	.	<.001
		376	376
	Y_Satisfacción_de_	.688**	1.000
	los_usuarios	<.001	.
		376	376

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* La tabla 15 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,688). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 3

Hi: La empatía del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

Ho: La empatía del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Comprobación:

**Tabla 16.**

*Coefficiente de correlación X3 sobre Y*

		X3_Empatía	Y_Satisfacción_de los usuarios
Rho de Spearman	X3_Empatía	1.000	.620**
	a	.	<.001
		376	376
	Y_Satisfac	.620**	1.000
	ción_de_lo	<.001	.
	s_usuarios	376	376

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* La tabla 16 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,620). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 4

Hi: La seguridad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

Ho: La seguridad del servicio NO influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Comprobación:

**Tabla 17.***Coefficiente de correlación X4 sobre Y*

		X4_Seguridad	Y_Satisfacción_de_los_usuarios
Rho de Spearman	X4_Seguridad	1.000	.678**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	<.001
	N	376	376
	Y_Satisfacción_de_los_usuarios	.678**	1.000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	<.001	.
	N	376	376

*Nota.* La tabla 17 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,678). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Hipótesis específica 5

Hi: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

Ho: Los elementos tangibles NO influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Comprobación:

**Tabla 18.***Coefficiente de correlación X5 sobre Y*

		X5_Elementos_tangibles	Y_Satisfacción_de_los_usuarios
Rho de Spearman	X5_Elementos_tangibles	1.000	.626**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	<.001
	N	376	376
	Y_Satisfacción_de_los_usuarios	.626**	1.000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	<.001	.
	N	376	376

*Nota.* La tabla 18 muestra un nivel de correlación positiva, por lo tanto, si hay una relación alta (0,626). El análisis de la significancia es de 0,001 es menor a 0,05, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### 3.3. Discusión

La discusión de los resultados obtenidos en este estudio permite analizar las percepciones de los usuarios sobre la calidad del servicio de agua potable, explorando dimensiones clave como la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, elementos tangibles, satisfacción general y valor percibido. Cada una de estas dimensiones es fundamental para comprender cómo los usuarios valoran el servicio en su conjunto y para identificar áreas de mejora específicas.

Los niveles de satisfacción del servicio son un indicador fundamental de la percepción ciudadana en estudios de calidad de servicios públicos. Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), la satisfacción del cliente es un factor crítico y depende de la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía del servicio. Por otra parte, Parasuraman et al. (1985) plantean que la presencia de un alto porcentaje de respuestas neutrales en la evaluación de un servicio puede ser interpretada como un indicador de un nivel aceptable de fiabilidad y cobertura. En el caso analizado, este resultado sugiere que el servicio cumple con los estándares básicos esperados por los usuarios, reflejando una operación estable y consistente. Sin embargo, también puede evidenciar una falta de atributos diferenciadores que impulsen una percepción más positiva entre los usuarios.

En una investigación similar, Quintana y Castaño (2019) encontraron que, en los servicios públicos de agua potable, la percepción de satisfacción depende en gran medida de la regularidad y accesibilidad del servicio, así como de la atención al cliente. Esto coincide con los hallazgos del presente estudio, donde la proporción de personas neutrales o solo algo satisfechas podría estar relacionada con problemas en la consistencia del servicio o en la falta de personalización en la atención, áreas que deben revisarse para lograr una mayor satisfacción general.

Por otro lado, el porcentaje de insatisfacción, aunque relativamente bajo, es significativo (15.7%) y debe considerarse al analizar las debilidades del servicio. Como indica el estudio de Hernández y Vázquez (2020), la insatisfacción en servicios básicos suele correlacionarse con fallos en la frecuencia de servicio o en la comunicación con el cliente, especialmente en poblaciones donde el servicio es esencial para el bienestar general.

Para mejorar la percepción de satisfacción del servicio, es necesario analizar qué factores específicos generan esta neutralidad. Como proponen Grönroos y Ravald (2011), un enfoque orientado al cliente, con mejoras en la empatía y la capacidad de respuesta, puede incrementar significativamente la percepción positiva de un servicio. La implementación de estrategias que mejoren estos aspectos podría transformar las percepciones neutrales en niveles de satisfacción más altos, como sugieren estos autores.

Por consiguiente, futuras investigaciones deberían explorar en mayor profundidad la relación entre cada dimensión del servicio y la satisfacción del usuario, tal como se recomienda en los modelos de calidad de servicio de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1990), quienes sugieren que un análisis específico por dimensiones permite identificar áreas clave de mejora.

La fiabilidad es un aspecto fundamental en la calidad de los servicios, especialmente en los servicios públicos esenciales como el agua potable. De acuerdo con Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), la fiabilidad es la capacidad de entregar el servicio prometido de forma precisa y consistente, y es uno de los factores más influyentes en la percepción de la calidad. La alta proporción de respuestas neutrales y la significativa insatisfacción en este estudio pueden reflejar problemas en la consistencia y predictibilidad del servicio de agua, lo que coincide con estudios previos que han demostrado que la falta de confiabilidad en servicios públicos reduce significativamente la satisfacción del usuario (Parasuraman et al., 1988).

En una investigación similar, Becerra y Moncada (2019) encontraron que la fiabilidad de los servicios públicos de agua está estrechamente ligada a la frecuencia de interrupciones en el suministro y la calidad del mantenimiento de la infraestructura. La percepción de insatisfacción en este estudio podría deberse a problemas similares, donde fallas en el servicio pueden estar contribuyendo a la percepción negativa de la fiabilidad.

El alto nivel de insatisfacción y neutralidad en la variable de fiabilidad podría estar relacionado con experiencias inconsistentes en la prestación del servicio de agua potable. La

investigación de Suárez y López (2020) destaca que, en servicios de agua potable, la percepción de fiabilidad se ve directamente afectada por problemas en la frecuencia y duración de los cortes de agua. En este caso, la percepción neutral predominante puede ser indicativa de una falta de confianza en la consistencia del servicio, donde los usuarios no perciben un desempeño confiable.

Para mejorar la percepción de fiabilidad, se recomienda implementar estrategias de monitoreo y mantenimiento proactivo de la infraestructura de suministro de agua, con el fin de reducir las interrupciones. Como sugieren Zeithaml et al. (1990), los servicios públicos deben asegurar un desempeño consistente en el tiempo y dar seguimiento a los indicadores de fiabilidad para mejorar la satisfacción del cliente. Invertir en infraestructura y en la comunicación clara de cualquier interrupción podría mitigar el impacto negativo de las fallas en el servicio, proporcionando a los usuarios una experiencia más confiable.

La capacidad de respuesta es un componente clave en la evaluación de la calidad de servicios, especialmente en servicios públicos, donde la rapidez y eficacia de la atención a los problemas o consultas de los usuarios son cruciales para la satisfacción general. Los resultados de esta encuesta, donde una porción significativa de usuarios está neutral o insatisfecha, sugieren una percepción de lentitud o falta de eficacia en la atención, un problema común en los servicios de agua potable documentado en estudios previos.

Un estudio de Mendoza y López (2020) sobre servicios de agua en comunidades rurales mostró que una baja capacidad de respuesta se asocia con una percepción negativa de la calidad del servicio, afectando la confianza de los usuarios. En este caso, la combinación de respuestas neutrales e insatisfechas podría indicar que los usuarios consideran que el servicio podría mejorar en términos de rapidez y efectividad en la resolución de problemas.

La prevalencia de respuestas neutrales y algo satisfechas sugiere que, aunque el servicio cumple con las expectativas mínimas de respuesta, probablemente no excede estas expectativas en situaciones críticas, como la atención a interrupciones o problemas técnicos. Estudios previos han destacado que, en servicios públicos de agua, una rápida respuesta ante problemas técnicos y la buena comunicación con el usuario son esenciales para una percepción positiva (Martínez & Suárez, 2019). En este sentido, la percepción neutral podría reflejar una falta de proactividad en la atención, con respuestas que son solo adecuadas, pero no excepcionalmente rápidas o eficientes.

Un estudio de López y García (2021) en servicios públicos municipales encontró que la falta de empatía en la atención al cliente resulta en una percepción negativa del servicio, ya que los usuarios sienten que sus problemas no son comprendidos ni atendidos adecuadamente. La proporción de usuarios neutrales y algo insatisfechos en este estudio podría reflejar una situación similar, en la que los usuarios perciben una falta de atención personalizada en sus interacciones con el servicio.

Según los hallazgos de Martínez y Suárez (2019), cuando la empatía no se manifiesta de manera tangible en el servicio, los usuarios tienden a tener una percepción indiferente, lo que impacta negativamente en su satisfacción general. La percepción de empatía parece estar relacionada no solo con la atención individual, sino también con la sensación de que el servicio se preocupa realmente por los problemas que afectan a la comunidad.

Para mejorar la percepción de empatía en el servicio, sería beneficioso implementar programas de capacitación para el personal en habilidades de comunicación y atención personalizada. Como sugieren Zeithaml et al. (1990), ofrecer un trato más humano y atento puede mejorar la relación con los usuarios y aumentar la satisfacción. También podría ser útil realizar encuestas periódicas para captar las necesidades y preocupaciones de los usuarios, lo cual contribuiría a personalizar la atención y a generar una percepción positiva de empatía.

La seguridad en los servicios públicos de agua potable es un aspecto crucial, ya que está directamente relacionado con la confianza de los usuarios en la calidad del agua que consumen y en el sistema de suministro. Según Grönroos (1984), la percepción de seguridad se refiere a la capacidad del servicio de inspirar confianza y certeza en los usuarios sobre la calidad del producto.

Un estudio de Silva y Martínez (2019) sobre servicios de agua potable en contextos urbanos encontró que la percepción de seguridad está estrechamente ligada a la claridad en la

información proporcionada a los usuarios y a la respuesta a eventos como cortes de servicio o problemas de calidad del agua. La considerable insatisfacción entre los usuarios en este estudio sugiere que pueden existir preocupaciones similares en torno a la calidad y seguridad del agua distribuida.

La percepción de inseguridad en el servicio podría deberse a varios factores, como problemas de infraestructura, falta de transparencia sobre los procesos de purificación, o incidentes previos que hayan afectado la percepción de confiabilidad del servicio. Como señala Berry (1995), la seguridad es una dimensión esencial de la calidad del servicio, y cualquier falla en este aspecto tiende a tener un impacto directo en la satisfacción del usuario. La gran cantidad de respuestas insatisfechas en este estudio puede indicar que los usuarios no confían plenamente en la seguridad del agua potable que reciben.

Como sugiere Kotler y Keller (2016), aumentar la comunicación y educar a los usuarios sobre los estándares de seguridad podría reducir las preocupaciones y mejorar la confianza en el servicio. En consecuencia, se podrían realizar mejoras en la infraestructura y garantizar que los usuarios tengan acceso a reportes periódicos sobre la calidad del agua, lo que ayudaría a consolidar una percepción de seguridad.

Una alta insatisfacción en esta dimensión puede indicar deficiencias en la infraestructura, equipos obsoletos o poco mantenimiento de las instalaciones, lo cual afecta la percepción global de la calidad del servicio. En estudios similares, Rodríguez y Pérez (2019) encontraron que los elementos tangibles tienen un impacto significativo en la satisfacción del usuario en servicios públicos, ya que representan la evidencia física del servicio ofrecido. La percepción negativa en este aspecto puede disminuir la confianza y la satisfacción general de los usuarios.

El elevado porcentaje de insatisfacción y neutralidad sugiere que los usuarios perciben deficiencias en los aspectos físicos del servicio de agua potable. Esto puede incluir problemas como instalaciones en mal estado, falta de señalización adecuada, oficinas de atención al cliente poco accesibles o equipos de distribución deteriorados. Según Lovelock y Wirtz (2011), los elementos tangibles sirven como indicadores de la calidad y profesionalismo de un servicio, y su deficiencia puede llevar a una percepción negativa, incluso si otros aspectos del servicio son satisfactorios.

La satisfacción del usuario es un indicador clave de la calidad del servicio, especialmente en servicios públicos esenciales como el agua potable. Según Oliver (1980), la satisfacción es el resultado de una comparación entre las expectativas de los usuarios y su percepción del desempeño real del servicio. En este caso, el alto porcentaje de respuestas neutrales podría indicar que el servicio cumple con las expectativas mínimas, sin superar lo que los usuarios consideran básico, lo cual es consistente con estudios previos en servicios públicos de agua (Oliver, 1980).

Un estudio de Vargas y Ortiz (2020) sobre satisfacción en servicios públicos en zonas urbanas encontró que una percepción neutral o de baja satisfacción puede indicar que los servicios no están cumpliendo completamente con las necesidades o expectativas de los usuarios. La satisfacción en el contexto de servicios públicos de agua potable está relacionada con factores como la continuidad del servicio, la calidad del agua, la rapidez en la respuesta a problemas, y la claridad en la comunicación, lo cual puede explicar el equilibrio entre satisfacción e insatisfacción en los resultados actuales.

Para mejorar la satisfacción del usuario, se recomienda una evaluación de los factores específicos que afectan la experiencia del usuario en este servicio, tales como la fiabilidad y la empatía. Implementar mejoras en estas áreas podría transformar las percepciones neutrales en positivas. Por tanto, como sugieren Lovelock y Wirtz (2011), proporcionar una comunicación clara y frecuente sobre las actualizaciones y mejoras en el servicio puede generar una mayor confianza y percepción de valor por parte de los usuarios.

El valor percibido en servicios públicos es una medida de la relación entre los beneficios que los usuarios consideran recibir y los costos asociados al servicio. Un estudio realizado por Mendoza y López (2020) en servicios de agua potable en contextos urbanos halló que el valor percibido se ve afectado por factores como la regularidad del servicio, la comunicación sobre la

calidad del agua y la percepción de eficiencia en la gestión. En el presente estudio, la insatisfacción de una proporción significativa de usuarios podría estar relacionada con aspectos como la percepción de deficiencia en la relación entre el costo del servicio y los beneficios reales percibidos.

El alto porcentaje de neutralidad y el porcentaje considerable de insatisfacción reflejan una percepción de que el servicio no ofrece un valor óptimo. Esto puede deberse a factores como los costos asociados o la percepción de calidad en relación con el precio pagado. Como sugieren Kotler y Keller (2016), el valor percibido es un equilibrio entre los beneficios percibidos y los sacrificios, tanto monetarios como de tiempo o esfuerzo, que los usuarios hacen para recibir el servicio. La percepción neutral puede indicar que los usuarios consideran el servicio aceptable pero no excepcional, mientras que la insatisfacción puede señalar la percepción de que los beneficios no justifican los costos.

## CAPÍTULO 4

### 4.1. Propuesta

A partir de los resultados obtenidos mediante la encuesta, se plantea una propuesta de acción para evaluar y mejorar la calidad del servicio de agua potable en la Parroquia Crucita. Esta propuesta busca optimizar la satisfacción de los usuarios mediante estrategias de monitoreo y mejora continua. En primer lugar, se propone implementar indicadores de servicio para evaluar diariamente el desempeño en la provisión de agua potable, con análisis semestrales para seguimiento y retroalimentación.

Adicionalmente, se planifican capacitaciones para el personal, con el objetivo de actualizar sus conocimientos y asegurar un servicio de calidad en la comunidad. Con estas acciones, se espera que el sistema de agua potable en Crucita pueda evaluar periódicamente la calidad del servicio y tomar las medidas necesarias para alcanzar la satisfacción de los usuarios.

#### Título

### **Plan de Mejoramiento Integral para la Calidad del Servicio de Agua Potable en Crucita**

#### **Antecedentes**

El servicio de agua potable en Crucita es vital para la salud y el bienestar de sus habitantes. A través de un diagnóstico inicial, se identificaron áreas de oportunidad en la satisfacción del usuario, especialmente en aspectos como la fiabilidad del servicio, la empatía en la atención, la percepción de seguridad y la calidad de la infraestructura. Esta propuesta tiene como objetivo implementar estrategias para mejorar cada uno de estos aspectos, promoviendo una gestión orientada a la excelencia y a la mejora continua, en beneficio de la comunidad y de la imagen institucional de la empresa.

La calidad del servicio de agua potable es un factor fundamental en el bienestar y la salud de las comunidades. En la Parroquia Crucita, los usuarios del servicio de agua potable han expresado diversas percepciones sobre su satisfacción, señalando áreas de oportunidad en aspectos como la fiabilidad, empatía en la atención, elementos tangibles y percepción de seguridad. A partir de un diagnóstico inicial, se ha identificado que mejorar estos factores podría contribuir significativamente a la satisfacción de los usuarios, promoviendo así un ambiente de confianza y calidad en la gestión del servicio.

Este contexto resalta la importancia de implementar un programa integral de mejora en Crucita, enfocado no solo en optimizar la infraestructura y los procesos técnicos, sino también en fortalecer la relación con la comunidad a través de una atención orientada a la empatía y la eficiencia. Ante esta situación, surge la necesidad de una propuesta que, a través de acciones estratégicas, aborde las principales áreas de mejora y potencie el impacto positivo del servicio de agua potable en la calidad de vida de los habitantes de Crucita.

La presente propuesta tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio de agua potable en la Parroquia Crucita, incrementando la satisfacción de los usuarios mediante un enfoque integral en la atención y gestión del servicio. A través de cuatro líneas de acción estratégicas, esta propuesta busca abordar los principales desafíos identificados en el diagnóstico, tales como la mejora de la infraestructura y elementos tangibles, el fortalecimiento de la fiabilidad y seguridad del suministro, la capacitación del personal en atención empática y eficiente, y la implementación de sistemas de retroalimentación efectivos.

Con esta propuesta, Crucita pretende no solo mejorar los niveles de satisfacción actuales, sino también establecer un modelo de atención al cliente basado en el compromiso y la responsabilidad social. Esta iniciativa tiene como meta final no solo satisfacer las necesidades inmediatas de los usuarios, sino también proyectar una visión de servicio que refuerce la confianza y la percepción positiva de la comunidad hacia el servicio de agua potable.

**Objetivo General**

Mejorar la calidad del servicio de agua potable en Crucita para incrementar la satisfacción de los usuarios, mediante la implementación de estrategias de capacitación, sensibilización y optimización en la atención y operación del servicio.

**Objetivos Específicos**

1. Sensibilizar a los servidores sobre la importancia de su trabajo para sus vidas y familias
2. Orientar la visión de negocio y el prestigio de la empresa de agua potable de Crucita
3. Generar planes de acción para la mejora en la calidad de la atención

Tabla 18.

La propuesta está organizada en cuatro líneas de acción, cada una enfocada en una de las áreas clave identificadas en el diagnóstico:

Acción	Descripción	Responsable	Indicadores	Recursos Necesarios
<b>Programa de Sensibilización y Compromiso Personal</b>	Realizar talleres y charlas para sensibilizar al personal sobre la importancia de su trabajo en la calidad de vida de la comunidad y el bienestar de sus propias familias. Fomentar un sentido de orgullo y responsabilidad hacia el servicio.	Departamento de Recursos Humanos del GAD Parroquial de Crucita	Índice de satisfacción laboral, aumento en la motivación y compromiso del personal.	Personal de operaciones, atención al cliente, recursos humanos y comunicaciones.
<b>Fortalecimiento de la Visión de Negocio y Prestigio de la Empresa</b>	Establecer y comunicar una visión clara de la empresa de agua potable en Crucita, resaltando su rol en la mejora de la calidad de vida en la comunidad. Implementar campañas internas y externas que refuercen la imagen y misión de la empresa.	Gerencia General y Departamento de Comunicación	Percepción de prestigio en la comunidad, número de campañas realizadas.	Material de capacitación, equipos de mantenimiento, software para el sistema de gestión de quejas y sugerencias.
<b>Mejoras en la Atención al Cliente: Elementos Técnicos y Personales</b>	Capacitar al personal del GAD Parroquial de Crucita en habilidades técnicas e interpersonales para ofrecer una atención de calidad al usuario. Revisar y optimizar los protocolos técnicos de atención, asegurando que cada interacción cumpla con los estándares de calidad.	Equipo de Atención al Cliente y Departamento Técnico	Evaluaciones de satisfacción y del cliente, tiempo promedio de respuesta a consultas y quejas.	
<b>Plan de Acción para la Mejora Continua de la Calidad de Atención</b>	Crear un plan de acción que identifique áreas de mejora específicas en el servicio, incluyendo la evaluación periódica de la infraestructura y el monitoreo de la continuidad y seguridad del suministro. Implementar un sistema de retroalimentación con buzones y plataforma digital.	Gerencia de Calidad y Operaciones	Índice de satisfacción de usuarios, número de quejas resueltas satisfactoriamente, análisis de retroalimentación recibida.	Presupuesto para talleres de sensibilización, capacitación en atención al cliente.

### **Cronograma de Actividades**

El proyecto se ejecutará en dos fases de seis meses, con evaluaciones de progreso al finalizar cada fase.

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Meses</b>
Talleres de sensibilización para el personal	Departamento de Recursos Humanos	3 meses
Implementación de campañas de prestigio	Gerencia General y Comunicación	6 meses
Capacitación en atención al cliente	Equipo de Atención al Cliente	8 meses
Implementación del sistema de retroalimentación	Gerencia de Calidad y Operaciones	4 meses
Revisión periódica de la infraestructura y servicio	Departamento Técnico	9 meses

## CONCLUSIONES

Los elementos tangibles, como la infraestructura, el estado de las instalaciones y el equipo utilizado en la prestación del servicio de agua potable, tienen un impacto significativo en la percepción de calidad de los usuarios. La mejora en estos aspectos puede aumentar considerablemente la satisfacción de los usuarios, al crear una experiencia de servicio más cómoda y confiable.

La fiabilidad del servicio, entendida como la capacidad de la empresa para ofrecer un suministro constante y sin interrupciones, es crucial para la satisfacción del usuario. Los resultados indican que la regularidad y consistencia en el servicio son factores esenciales que determinan la confianza y satisfacción de los usuarios en Crucita.

La capacidad de respuesta, o la rapidez y eficacia con la que el personal responde a consultas y resuelve problemas, influye directamente en la percepción de calidad del servicio. Los usuarios valoran un servicio que atienda sus necesidades de manera ágil, por lo que fortalecer esta capacidad es fundamental para aumentar la satisfacción y reducir la frustración ante problemas o interrupciones.

La empatía en la atención, manifestada a través de un trato amable y comprensión de las necesidades del usuario, es un factor importante para lograr una experiencia positiva. Los usuarios que perciben una atención empática tienden a sentirse más valorados, lo cual contribuye significativamente a la satisfacción y a la creación de una relación de confianza con la empresa.

La percepción de seguridad, relacionada con la calidad del agua y los estándares de salud en su suministro, es fundamental para la tranquilidad de los usuarios. Asegurar que el agua sea limpia y segura para el consumo no solo incrementa la satisfacción, sino que también fortalece la confianza de la comunidad en el servicio de agua potable en Crucita.

## RECOMENDACIONES

Es recomendable realizar un mantenimiento periódico de las instalaciones y equipos utilizados en la distribución de agua potable, además de mejorar la accesibilidad y condiciones de los puntos de atención al cliente. Esto contribuirá a proyectar una imagen de calidad y cuidado, generando una mejor percepción de los usuarios hacia los elementos tangibles del servicio.

Para asegurar una mayor fiabilidad, se sugiere implementar un sistema de monitoreo constante del suministro que permita identificar y solucionar rápidamente cualquier interrupción o problema. Por otra parte, es fundamental comunicar a los usuarios, de manera clara y anticipada, cualquier eventualidad en el servicio, para mantener su confianza en la continuidad y calidad del suministro.

Se recomienda capacitar al personal en técnicas de atención al cliente y resolución rápida de problemas, junto con la implementación de un sistema eficiente para el registro y seguimiento de consultas y reclamos. De esta manera, se podrá mejorar la rapidez y eficacia en la respuesta, generando una experiencia de usuario más satisfactoria.

Para fortalecer la empatía en el servicio, es recomendable que el personal reciba formación en habilidades interpersonales, enfocadas en el trato amable y la comprensión de las necesidades del usuario. De igual manera, incentivar una cultura organizacional orientada al servicio permitirá que los empleados interactúen con los usuarios de forma más humana y cercana.

Se sugiere realizar pruebas periódicas de calidad del agua y comunicar los resultados a los usuarios para garantizarles que el servicio cumple con altos estándares de seguridad. También es importante implementar protocolos de actuación ante cualquier problema de calidad, asegurando una respuesta inmediata para proteger la salud y confianza de los usuarios en el servicio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422–436.
- Chauhan, V., & Singh, S. (2022). Role of expectations in customer satisfaction: Evidence from e-commerce. *Journal of Business Research*, 145, 1–12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172–198.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Sweeney, J. C., & Ingram, D. (2020). Equity in education: Linking effort, resources, and satisfaction. *Educational Psychology Review*, 32(3), 467–488.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L., & Kroesen, M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*. [https://www.researchgate.net/publication/322083157\\_Quality\\_assessment\\_of\\_airline\\_baggage\\_handling\\_systems\\_using\\_SERVQUAL\\_and\\_BWM](https://www.researchgate.net/publication/322083157_Quality_assessment_of_airline_baggage_handling_systems_using_SERVQUAL_and_BWM)
- Solano, M. J., & Uzcátegui Sánchez, M. C. (2017). Empleabilidad e inserción laboral de los recién graduados de la Carrera Gestión Empresarial en la Universidad Metropolitana. *Universidad Y Sociedad*. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/669>
- Aguirre, M. (2018). Satisfacción de los altos consumidores en relación a la calidad del servicio de agua potable de la ciudad de Guayaquil. *Guayaquil*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10926>.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial N.º 449, 20 de octubre de 2008. Quito, Ecuador.
- Basantes, R., Vinueza, A., & Coronel, J. (2016). Niveles de satisfacción de los usuarios del Hospital Andino Alternativo de Chimborazo. *Revista Ciencia Unemi*.
- Becerra, M., & Moncada, J. (2019). Fiabilidad y satisfacción en servicios públicos de agua: un estudio empírico. *Revista de Gestión Pública*, 23(2), 45-58.
- Berry, L. L. (1995). *On Great Service: A Framework for Action*. New York: The Free Press.
- Córdova Bustamante, E. A., & Terán López, I. A. (Agosto de 2022). La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de las empresas de multiservicios del cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, año 2022. Obtenido de Universidad Técnica de Cotopaxi: <https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9132>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.2307/1252296>
- Diaz Barboza, A., & Herrera Meztanza, J. B. (2020). NIVEL DE SATISFACCIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO DE AGUA POTABLE EN CUARENTENA COVID 19, EN LA CAPITAL DEL DISTRITO DE ICHOCÁN, CAJAMARCA. Obtenido de Repositorio Institucional UPN: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30812>
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000100004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004)
- Funcagua. (2020). Qué es el agua—Funcagua. <https://funcagua.org.gt/que-es-el-agua/> Gil Antonio, M. D. L. Á. (2015). La participación social en la gestión del agua. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 2(4). <https://doi.org/10.29057/esat.v2i4.1461>

- Grönroos, C. (1982). *Strategic Management Marketing in the Service Sector*, Helsinki: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (1994). *Service management and marketing: Customer management in service competition*. Ediciones Diaz de Santos, S.A .
- Grönroos, C., & Ravald, A. (2011). Service as business logic: implications for value creation and marketing. *Journal of Service Management*, 22(1), 5-22.
- Hernandez Viera, K. M. (2022). Calidad de servicio de agua potable y la satisfacción del usuario de la región de Piura, 2022. Obtenido de Universidad Cesar Vallejo.: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/94968>
- Hernández, F., & Vázquez, J. (2020). Percepción de la calidad del servicio en instituciones de agua potable en América Latina. *Revista Latinoamericana de Servicios Públicos*, 35(2), 112-128.
- Industrias Islas Perú. (s. f.). Proceso de potabilización del agua en Perú| Industrias Islas Perú. <https://industriasislas.pe/proceso-de-potabilizacion-del-agua-en-peru/>
- Jiménez Silva, W. R., & Balarezo Toro, F. V. (Febrero de 2022). La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salcedo. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34146>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos del Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- López, M., & García, J. (2021). La importancia de la empatía en los servicios públicos: Un análisis en el contexto municipal. *Revista de Servicios y Calidad Pública*, 15(3), 75-90.
- Mamani Avendaño, D. G. (2019). La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Villa El Salvador – Lima, 2019. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2032>
- Martínez, R., & Suárez, A. (2019). La empatía y su impacto en la satisfacción de los usuarios de servicios de agua potable. *Revista de Gestión y Calidad en Servicios Públicos*, 17(4), 89-102.
- Medrano-Colorado, J. P., & Quiñonez-Ku, X. (30 de Diciembre de 2021). Calidad de servicio del soporte técnico utilizando el modelo SERVPERF y el marco ITSQM. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org>: <https://www.semanticscholar.org/paper/Calidad-de-servicio-del-soporte-técnico-utilizando-Medrano-Colorado-Quíñonez-Ku/744dc7831e7a8e1c2e677cc9b2cb63620c6022fa>
- Mendoza, M., & López, P. (2020). Capacidad de respuesta en servicios de agua potable en comunidades rurales. *Revista de Servicios Públicos en Áreas Rurales*, 12(2), 45-58.
- Montero - Contreras, C. V. (2022). Impacto de los Servicios de Agua y Saneamiento sobre las enfermedades diarreicas en los niños de la sierra del Perú. *Revista de Análisis Económico y financiero*, 1-8.
- Moreno, E. (2016). Gestión de las empresas públicas. BID Banco Interamericano de Desarrollo, 1-64. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Gesti%C3%B3n-deempresas-p%C3%BAblicas-Las-ventajas-de-los-modelos-centralizados.pdf>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Organización Mundial de la Salud. (2023). Agua para consumo humano. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Posligua Delgado, K. N. (10 de Mayo de 2023). GESTIÓN DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO, CANTÓN MONTECRISTI. Obtenido de Universidad Estatal del Sur de Manabí: <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5263>
- Quintana, M., & Castaño, R. (2019). La satisfacción del cliente en servicios públicos de agua potable: un estudio de caso. *Revista de Gestión Pública*, 27(3), 95-108.
- Rey Martín, C. (2000). La satisfacción de los usuarios: un concepto en alza. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=205265>
- Rodríguez, J., & Gómez, L. (1991). Indicadores de calidad y productividad en la empresa. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/863>
- Rodríguez, L., & Pérez, M. (2019). Impacto de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario en servicios públicos. *Revista Latinoamericana de Calidad en Servicios*, 7(2), 55-70.
- Shewhart, W. (1931). *The Economic Control of Quality of Manufactured Product*.
- Silva, D., & Martínez, L. (2019). Seguridad y confianza en los servicios de agua potable en contextos urbanos. *Revista de Gestión de Servicios Públicos*, 22(3), 103-119.
- Suárez, P., & López, R. (2020). Percepción de la calidad en servicios de agua potable: análisis de fiabilidad y satisfacción en contextos urbanos. *Revista de Calidad y Sostenibilidad*, 8(1), 67-81.
- Ulloa Cerna, S. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Guadalupe, La Libertad, 2019. Obtenido de Universidad Cesar Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39674>
- UNESCO. (2021). Garantizar el suministro de agua. <https://es.unesco.org/themes/garantizar-suministro-agua>
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2011). *Calidad y servicio conceptos y herramientas*. Ecoe Ediciones.
- Vargas, M., & Ortiz, S. (2020). La satisfacción del usuario en servicios públicos: Un estudio en áreas urbanas. *Revista de Calidad en Servicios Públicos*, 15(2), 93-112.
- Veliz Valencia, M. N., & Reyes Zavala, L. M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926989>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Marketing de servicios* (6ta ed.). McGraw-Hill.

## ANEXOS

Variables	Dimensiones	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
Calidad de servicio Satisfacción de los usuarios	Elementos tangibles	X1 - Y: ¿Los elementos tangibles del servicio de agua potable influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?	X1 - Y: Analizar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.	Hi: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Ho: Los elementos tangibles no influyen en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.
	Fiabilidad	X2 - Y: ¿La fiabilidad del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?	X2 - Y: Analizar la influencia de la fiabilidad del servicio en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.	Hi: La fiabilidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Ho: La fiabilidad del servicio no influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.
	Capacidad de respuesta	X3 - Y: ¿La capacidad de respuesta del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?	X3 - Y: Evaluar la influencia de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.	Hi: La capacidad de respuesta influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Ho: La capacidad de respuesta no influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.
	Empatía	X4 - Y: ¿La empatía del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?	X4 - Y: Determinar la influencia de la empatía en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.	Hi: La empatía del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Ho: La empatía del servicio no influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.
	Seguridad	X5- Y: ¿La seguridad del servicio de agua potable influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024?	X5 - Y: Identificar la influencia de la seguridad del servicio en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.	Hi: La seguridad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024. Ho: La seguridad del servicio no influye en la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita, 2024.

## Instrumento de recolección de datos (Encuesta)

### **La calidad de servicio de agua potable y su incidencia en la satisfacción de los usuarios**

Lo invitamos a formar parte de este estudio que busca evaluar la conexión entre la calidad del servicio de agua potable y la satisfacción de los usuarios en la Parroquia Crucita. Su participación es crucial para entender cómo la calidad del servicio influye en la percepción y satisfacción de los usuarios. La encuesta es completamente anónima y sus respuestas serán manejadas con total confidencialidad. Agradecemos de antemano su colaboración y el tiempo dedicado a completar este cuestionario.

