

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### COHORTE 2019

---

**TEMA:** “Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica”.

---

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas mención Sistemas Integrados de Gestión, Calidad Seguridad y Ambiente

**Autor:** Ingeniera Mónica Elizabeth Roldán Toapanta

**Tutor:** Economista Jorge Fernando Guadalupe Lanas, PhD.

Ambato – Ecuador

2022

## **A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas**

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el *Ingeniero Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano*, MBA., e integrado por los señores: *Ingeniero Julio Mauricio Vizquete Muñoz*, Magíster., e *Ingeniero César Maximiliano Calvache Vargas*, Magíster., designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Informe Investigación con el tema: “*Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica*” elaborado y presentado por la Señorita Ingeniera *Mónica Elizabeth Roldán Toapanta* para optar por el Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

-----  
*Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano*, MBA.  
**Presidente y Miembro del Tribunal**



Firmado electrónicamente por:  
**JULIO  
MAURICIO  
VIZUETE MUNOZ**

-----  
*Ing. Julio Mauricio Vizquete Muñoz*, Mg.  
**Miembro del Tribunal**



Firmado electrónicamente por:  
**CESAR MAXIMILIANO  
CALVACHE VARGAS**

-----  
*Ing. César Maximiliano Calvache Vargas*, Mg.  
**Miembro del Tribunal**

## AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Titulación, presentado con el tema: “Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica”, le corresponde exclusivamente a la Ingeniera Mónica Elizabeth Roldán Toapanta, Autor bajo la Dirección del Economista Jorge Fernando Guadalupe Lanás, PhD. Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Firmado electrónicamente por:  
**MONICA ELIZABETH  
ROLDAN TOAPANTA**

-----  
*Ingeniera Mónica Elizabeth Roldán Toapanta*

*cc: 1803750502*

**AUTORA**



Firmado electrónicamente por:  
**JORGE FERNANDO  
GUADALUPE LANAS**

-----  
*Economista Jorge Fernando Guadalupe Lanás, PhD.*

*cc: 1714157318*

**DIRECTOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Firmado electrónicamente por:  
MONICA ELIZABETH  
ROLDAN TOAPANTA

-----  
*Ing. Mónica Elizabeth Roldán Toapanta*  
*c.c.: 1803750502*  
**AUTORA**

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	i
A LA UNIDAD ACADÉMICA DE TITULACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.....	ii
AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
RESÚMEN EJECUTIVO.....	xi
EXECUTIVE SUMMARY .....	xiii
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
1.1. Justificación .....	3
1.2. Objetivos .....	6
1.2.1. General.....	6
1.2.2. Específicos .....	6
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....</b>	<b>7</b>
2.1. La Calidad.....	7
2.2. Servicios Públicos.....	8
2.3. Calidad de Servicios.....	9
2.4. Modelo SERVQUAL.....	10
2.5. Satisfacción del Usuario.....	13
2.5.1. Percepción del usuario .....	13
2.5.2. Calidad de servicio versus satisfacción.....	13
2.6. Principios de Calidad Ecuador.....	13
2.6.1. Marco legal vigente para medir la calidad de servicio eléctrico en Ecuador .....	14
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>16</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>16</b>
3.1. Ubicación.....	16

3.2. Equipos y materiales .....	16
3.3. Tipo de investigación .....	16
3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender .....	17
3.5. Población o muestra.....	17
3.6. Recolección de información .....	17
3.7. Procesamiento de la información y análisis estadístico .....	18
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>21</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>21</b>
4.1. Estadística descriptiva.....	21
4.2. Medición de resultados .....	28
4.3. Comprobación de hipótesis.....	31
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>37</b>
<b>CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS .....</b>	<b>37</b>
5.1. Conclusiones.....	37
5.2. Recomendaciones .....	38
BIBLIOGRAFÍA .....	39
ANEXOS .....	41

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL .....	18
Tabla 2: CALIFICACIÓN DEL SERVICIO .....	19
Tabla 3: ALFA DE CRONBACH CALIDAD.....	19
Tabla 4: ALFA DE CRONBACH SATISFACCIÓN .....	20
Tabla 5: DESCRIPTIVO GENERO CLIENTE.....	21
Tabla 6:DESCRIPTIVO EDAD .....	21
Tabla 7:DESCRIPTIVO NIVEL ACADÉMICO CLIENTE.....	22
Tabla 8:DESCRIPTIVO OCUPACIÓN .....	22
Tabla 9: DIMENSIÓN DE FIABILIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN .....	23
Tabla 10: DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN.....	24
Tabla 11: DIMENSIÓN DE SEGURIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN .....	25
Tabla 12: DIMENSIÓN DE EMPATÍA EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN .....	26
Tabla 13: DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN ...	27
Tabla 14: MEDICIÓN DE RESULTADOS .....	29
Tabla 15: RESULTADOS DE BRECHAS POR DIMENSIÓN.....	29
Tabla 16: ANÁLISIS DE CALIDAD .....	30
Tabla 17: ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN .....	30
Tabla 18: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE FIABILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN.....	32
Tabla 19: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN .....	33
Tabla 20: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE SEGURIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN .....	34
Tabla 21: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE EMPATÍA CALIDAD/SATISFACCIÓN .....	35
Tabla 22: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE E. TANGIBLES CALIDAD/SATISFACCIÓN.....	36

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: MODELO SEVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML Y BERRY) (1985-1988)..	5
Gráfico 2:MODELO SEVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML Y BERRY) (1988) .....	12
Gráfico 3: CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL.....	15
Gráfico 4:UBICACIÓN EEASA .....	16

## **DEDICATORIA**

*Mi trabajo se lo dedico a mi familia, a mi madre  
en especial que me enseñó a cultivar la fortaleza  
para ser mejor cada día, a Elian Rodríguez  
Roldán por ser mi razón, amigos que han sido  
parte de este proceso de aprendizaje.*

*Mónica Roldán Toapanta.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Técnica de Ambato por permitirme ser parte de tan prestigiosa institución, con docentes de excelente calidad, a mi tutor que en todo el proceso me guio a mi familia por el apoyo incondicional, a Dios.*

*Mónica Roldán Toapanta.*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA**  
**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2019**

**TEMA:**

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL  
DE ENERGÍA ELÉCTRICA

**AUTORA:** *Ingeniera Mónica Elizabeth Roldán Toapanta*

**DIRECTOR:** *Economista Jorge Fernando Guadalupe Lanas, PhD.*

**FECHA:** *14 de julio del 2022*

**RESÚMEN EJECUTIVO**

La investigación tiene la finalidad de comprobar la relación que tiene la satisfacción del cliente con la calidad comercial del servicio de energía eléctrica, se adopta el modelo de expectativa percepción SERVQUAL, de acuerdo con las necesidades de la Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A. EEASA., con el área de concesión de cuatro provincias como Tungurahua, Napo, Pastaza, y parte de morona Santiago con más de 298.000 clientes. El modelo SERVQUAL es un instrumento validado aplicado a todas las áreas para la medición de la calidad del servicio adaptando sus dimensiones y 24 ítems de su encuesta, a cualquier ámbito asegurando un resultado satisfactorio para poder aplicar las correcciones adecuadas en cualquiera de sus enfoques claramente estipulados. Este estudio parte del carácter cuantitativo no experimental, transversal. En la EEASA se cuenta con los medios tecnológicos y un Centro Integrado de Atención al Cliente, CIAC en la matriz Ambato, en donde se aplica una encuesta en escala de Likert de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL como fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles con el propósito de obtener datos. De acuerdo a la encuesta aplicada está conformada de un antes y después conocida como expectativa y percepción respectivamente dando una diferencia de brechas entre las mismas, que en la determinación del análisis todas se encuentran en valores aceptables, pero sin dejar de dar importancia ya que se

encuentran en negativo, demuestra que hay oportunidad de mejora como indica la misma certificación de la EEASA de Norma ISO 9001-2015, que a pesar de ser una empresa de tipo monopolio está regida por normativas del sector eléctrico y como área estratégica se aplica el cumplimiento de índices, que exigen la satisfacción del cliente, así como lo demuestra el estudio aquí presentado que relaciona directamente la satisfacción del cliente con la calidad de los servicios que la Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A., puede ofrecer en la prestación del servicio de energía eléctrica.

**DESCRIPTORES:** *BRECHA, CALIDAD, CLIENTE, ENERGÍA ELÉCTRICA, EXPECTATIVA, ÍNDICE, MONOPOLIO, PERCEPCIÓN, SATISFACCIÓN, SERVICIO, SERVQUAL.*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA**  
**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2019**

**THEME:**

ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF QUALITY OF THE COMMERCIAL  
SERVICE OF ELECTRIC ENERGY

**AUTHOR:** *Ingeniera Mónica Elizabeth Roldán Toapanta*

**DIRECTED BY:** *Economista Jorge Fernando Guadalupe Lanas, PhD.*

**DATE:** *14 de julio del 2022*

**EXECUTIVE SUMMARY**

The purpose of the research is to verify the relationship that customer satisfaction has with the commercial quality of the electric power service, the SERVQUAL perception expectation model is adopted, according to the needs of Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A. EEASA., with the concession area of four provinces such as Tungurahua, Napo, Pastaza, and part of Morona Santiago with more than 298,000 clients. The SERVQUAL model is a validated instrument applied to all areas for the measurement of service quality, adapting its dimensions and 24 items of its survey, to any area, ensuring a satisfactory result to be able to apply the appropriate corrections in any of its clearly stipulated approaches. . This study is based on the quantitative, non-experimental, cross-sectional nature. EEASA has the technological means and an Integrated Customer Service Center, CIAC in the Ambato matrix, where a Likert-scale survey of the five dimensions of the SERVQUAL model is applied, such as reliability, sensitivity, security, empathy and tangible items for the purpose of obtaining data. According to the applied survey, it is made up of a before and after known as expectation and perception, respectively, giving a difference in gaps between them, which in the determination of the analysis are all in acceptable values, but without ceasing to give importance since they are negative, it shows that there is an opportunity for improvement as indicated by the EEASA certification of the ISO 9001-

2015 Standard, which despite being a monopoly-type company is governed by regulations of the electricity sector and compliance is applied as a strategic area. of indices, which require customer satisfaction, as shown by the study presented here, which directly relates customer satisfaction to the quality of the services that Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A can offer in the provision of electricity service.

**KEYWORDS:** *CUSTOMER, QUALITY, ELECTRIC ENERGY, EXPECTATION, INDEX, MONOPOLY, PERCEPTION, SATISFACTION, SERVICE, SERVQUAL.*

## INTRODUCCIÓN

La economía básicamente define y clasifica en primera instancia a los bienes y servicio, ambos tienen tipologías diferentes, pero a diferencia de los bienes el servicio es más difícil de valorar y de medir ya que su efecto es intangible por su naturaleza mixta e inseparable (Parasuraman et al., 1985). Los servicios en el Ecuador son prestados por empresas públicas o privadas con diferentes estímulos, y así existe diferencia en la valuación de los servicios en el ámbito público y privado ya que estos primeros están bajo la administración pública con leyes y reglamentos previamente definidos. (Ansah, 2008; Perry y Wi 2010). En Ecuador los sectores estratégicos en Resolución No. 1 de la Corte Constitucional, publicada en el Registro Oficial Suplemento 629 de 30 de enero del 2012, son administrados y controlados por el Estado, distribuidas de la siguiente manera: Hidrocarburos, Electricidad, Telecomunicaciones, infraestructura, Minería, Administración y Agua, considerando que la inversión para el sector público es del 52%, y la rentabilidad genera un gran aporte al presupuesto del Estado.

Otros sectores también se benefician del trabajo público: ocho en producción, tres en desarrollo social, dos en seguridad, dos en comunicación y una en conocimiento, y talento humano. “Art. 314.- El Estado será responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los demás que determine la ley. “

“El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación.”

Bhattacharya et al. (2016) define la valuación de la calidad del servicio público como un papel decisivo, para alcanzar los objetivos planteados y crecimiento económico, por medio de servicios de calidad con resultados satisfactorios. En Ecuador uno de los sectores estratégicos más importante es el sector eléctrico debido a su importancia en la provisión de energía para la industria. En este contexto, Ecuador es considerado como uno de los países más eficientes ahorrando alrededor de USD\$ 200 millones de dólares, dinero

que se ha invertido en desarrollo, por esta significativa razón se va evaluar la calidad del servicio comercial de energía eléctrica en una de las Empresas Eléctricas más reconocidas no solo del Ecuador sino de Sur América, como es la Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A. EEASA. Para esto, se utilizará un método que nos permita evaluar la calidad en servicios públicos: SERVQUAL (Parasuraman et al., 1998). Este método es un combinado de lo que se denominara dimensiones, como la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y garantía.

# CAPÍTULO I

## 1.1. Justificación

Este trabajo de investigación busca analizar la percepción de la calidad de servicio que tienen los usuarios de la EEASA, Cengiz y Fidan (2017), Ravichandran, Prabaharan y Kumar (2010), Mosahab, Mahamad y Ramayah (2010) y Malik, Mushtaq, Naseem y Malik (2012) mediante estudios hechos acerca de la influencia de la satisfacción y la lealtad del cliente. Estos estudios determinan que la calidad del servicio está ligada directamente a la satisfacción del cliente. Ravichandran y Col. (2010), en su estudio concluyen que la percepción del cliente tiene más importancia que su expectativa. Por lo que conocer la percepción de la calidad que brinda la empresa, tanto la satisfacción y su medición son importantes determinantes que proporcionan datos a ser estudiados para mejorar dentro de un mundo globalizado y lleno de competencias. El resultado de los datos compilados de la percepción sirve para identificar las áreas críticas, analizar y evaluar la correlación con el usuario y generar posibles soluciones.

La Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A., EEASA, una institución dedicada a la distribución de energía eléctrica y alumbrado público, con 62 años en el mercado nacional, cuenta con la certificación ISO 9001:2015 en gestión de calidad, lo que le obliga a una constante mejora, tiene el área de cobertura más grande del País, que incluye las provincias de Tungurahua, Pastaza, Napo y Morona Santiago, y con aproximadamente 289.000 clientes. La investigación se va a realizar en la matriz Ambato el centro de las operaciones de la EEASA, beneficiando de este modo a los usuarios de las 27 parroquias entre urbanas y rurales del cantón.

La calidad del servicio en una empresa es una lucha constante ya que el cliente en el medio exige más, y las competencias de la empresa tiene que buscar tanto las competencias como la capacidad para cumplir con las necesidades del usuario (Hoa Nguyen, Jeong y Chung, 2018), dada que la capacidad empresarial está influenciada directamente con la calidad de los servicios que ofrece, con el fin de satisfacer al usuario, y por esta razón es imperioso

tener datos de la situación de percepción de la EEASA frente a la calidad del servicio, con el fin de competir en el mercado; y trabajar en las áreas afectadas críticas y poder replicarlas en las demás agencias de la empresa y así cubrir el área de concesión de la EEASA, que comprende las Provincias de Tungurahua, Pastaza, Napo y parte de Morona Santiago y con ello beneficiar a los 389.00 clientes.

Si existe una brecha entre la calidad del servicio que brinda la EEASA y las expectativas del usuario, existirá una evidente insatisfacción que necesita ser subsanada que, en caso de la EEASA, podría ser resultado de falta de credibilidad (Kim, 2013). El modelo conocido es SERVQUAL o calidad del servicio (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988), como referente de calidad de servicio, fundamentada en cinco elementos de medición, nos permitirá estudiar esta relación: calidad del servicio-expectativas de los clientes.

SERVQUAL Parasuraman. Zeithaml y Berry (1985-1988)		
VARIABLE	DIMENSIONES (5)	ATRIBUTOS (22)
<b>Calidad del Servicio</b>	<b>FIABILIDAD</b> →	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplen con lo prometido</li> <li>• Sincero interés por resolver problemas</li> <li>• Realizan bien el servicio la primera vez</li> <li>• Concluyen el servicio en el tiempo prometido</li> <li>• No cometen errores</li> </ul>
	<b>SEGURIDAD</b> →	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento confiable de los empleados</li> <li>• Clientes se sienten seguros</li> <li>• Los empleados son amables</li> <li>• Los empleados tienen conocimientos suficientes</li> </ul>
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b> →	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de apariencia moderna</li> <li>• Instalaciones visualmente atractivas</li> <li>• Empleados con apariencia pulcra</li> <li>• Elementos materiales atractiva</li> </ul>
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b> →	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunican cuando concluirán el servicio</li> <li>• Los empleados ofrecen un servicio rápido</li> <li>• Los empleados siempre están dispuestos a ayudar</li> <li>• Los empleados nunca están demasiado ocupados</li> </ul>
	<b>EMPATÍA</b> →	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecen atención individualizada</li> <li>• Horarios de trabajo convenientes para los clientes</li> <li>• Tienen empleados que ofrecen atención personalizada</li> <li>• Se preocupan por los clientes</li> <li>• Comprenden las necesidades de los clientes</li> </ul>

Gráfico 1: MODELO SEVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML Y BERRY) (1985-1988).

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta.

Como instrumento de medición se ha aplicado en varios estudios. ((Kitapci, Akdogan, & Dortyol, 2014), (Raajpoot, 2004)) afirman que, para indagar la percepción del encuestado sobre la calidad del servicio las dimensiones de SERVQUAL se deben acoplar a las culturas de cada ámbito, y no generalizarlo.

Para la investigación presente se utilizará el método SERVQUAL en su forma original, ya que lo que se necesita es conocer la opinión del usuario acerca de la calidad de los servicios recibidos. Con un cuestionario del mismo Modelo Servqual, como instrumento de medida a la muestra a calcular de los usuarios de la EEASA Matriz Ambato, se determinará la importancia de cada agregado aplicando una escala de Likert 3: 1 al 7, donde: 1 representa más bajo, cuando el usuario este en total desacuerdo, y 7 con más alto, cuando el usuario está totalmente de acuerdo con la pregunta.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1. General***

- Analizar la percepción del servicio comercial al usuario de la EEASA a través del modelo SERVQUAL, para la definición de estrategias de mejora en la atención al usuario.

### ***1.2.2. Específicos***

- Aplicar el modelo SERVQUAL para el análisis de la percepción de la calidad del servicio al usuario en la EEASA la matriz Ambato.
- Analizar la relación de las dimensiones del modelo SERVQUAL con la percepción de los usuarios del servicio eléctrico del cantón Ambato.

## CAPITULO II

### ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### **2.1. La Calidad**

La Calidad como constructo, (A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry 1985-1988); con frecuencia cambia el concepto de los adjetivos volátiles como "bonito, grandioso" (Crosby 1979), los clientes no tienen clara la definición ya que lo que es bueno para unos es malo para otros, considerando que los requisitos que cada uno busca en los productos no son los mismos, es por ello por lo que medir la percepción es una tarea compleja (Takeuchi y Quelch 1983). Mientras que la sustancia y los determinantes de la calidad puede ser indefinido, su importancia para las empresas y los consumidores es inequívoca. Con la investigación se ha logrado identificar los beneficios de la calidad con la finalidad de aportar de manera científica al mercado y que sea retroalimentado con utilidades (por ejemplo, Anderson y Zeithaml 1984; Phillips, Chang y Buzzell 1983).

La evolución del concepto de calidad del servicio se ha venido enmarcando desde los diferentes criterios y tiene su punto de partida en la Real Academia Española definiéndola como: "Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor" que enmarca dos elementos como las propiedades y el juicio de valor; que le pueden dar a un bien o servicio

La calidad para Garvín (1988) tiene cambios en el tiempo en primera instancia asociada a la inspección donde se prioriza la uniformidad del producto y el veraz cumplimiento de los requisitos del producto; continuando con la medición del control que puede ser en lotes; y finalmente la tercera garantizando la calidad en toda la cadena de producción desde el diseño hasta la satisfacción el usuario final con la retroalimentación que servirá para la mejora continua.

La evolución de la calidad ha pasado por varias fases al principio: el producto y el control estadístico industrial, consecutivamente mejorando las condiciones para el cliente con el uso y valor del producto o servicio; incorporando al progreso con ya no solo cuidar el

producto sino con la satisfacción de las expectativas del usuario; en todo momento la empresa involucrada en la evolución de sus procesos para ir a la vanguardia que el medio lo exige; entendiéndose a la calidad como objetiva y subjetiva (Vásquez et al., 1996) materializando a la calidad con los conceptos varios de autores a lo largo de la historia. Duque (2005) refiriéndose a la calidad objetiva la que brinda, da, produce, ofrece la empresa a su mercado meta y la que percibe el consumidor como subjetivo.

Para Vásquez et al. (1996), la calidad objetiva es propia interna direccionadas en la producción y oferta basadas en la visión de la empresa es decir ya con altos estándares preestablecidos; y la calidad subjetiva desde el enfoque del marketing en donde prioriza las necesidades del usuario como único juez de la percepción. Así para la calidad subjetiva adquiere entelequia como la intangibilidad dado que su valor está directamente proporcionado por el usuario. (Vásquez et al., 1996).

## **2.2. Servicios Públicos**

En relación con el modelo utilizado en el sector público y sus decisiones son de forma ascendente, inadvertida y conductual, plantea un desafío medir la percepción que tienen los usuarios del servicio en el ámbito público (Gronroos, 1988). De la dificultad nace la necesidad de medir la calidad del servicio de energía eléctrica de un servicio público en Ecuador. Con referencia al principio de Calidad que garantiza que el usuario de un servicio público de excelente calidad, como lo reza textualmente la Constitución del Ecuador, art. 23 párrafo 7[...] *“El derecho a disponer de bienes y servicios, públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”*

Los servicios públicos son un aporte importante en la economía global; atrayendo la atención de los gobernantes creando reformas para proveer los servicios públicos enfocados la innovación de la gestión pública direccionada a la mejora continua de atención al usuario. (Martinović, Pavlić & Tolić, 2017).

### **2.3. Calidad de Servicios.**

Sin embargo, la calidad es una cualidad que no equivale a la satisfacción del usuario y en consecuencia las expectativas y percepciones (Parasuraman et al., 1988). El usuario valora desempeño cuando está siendo beneficiado por un servicio (Cronin & Taylor, 1994). La percepción es el momento de encuentro que tienen el usuario y el servicio (Berry et al., 1989), es decir es el resultado de lo que el usuario pensaba que iba a ocurrir cuando tiene el servicio tangible, y no podía percibirlo antes de su adquisición (Ghobadian et al., 1994). Entendiéndose que la calidad es valuada cuando el cliente se compara entre percepciones de lo que recibe y las expectativas de lo que debería recibir.

Así se describe la percepción. Vargas (1994) el juicio que el usuario hace de manera cognoscente es decir prestan atención, utilizan la percepción y la creatividad conjugando el pensamiento abstracto o analógico; elaborando juicios con las sensaciones percibidas en la obtención del servicio. A esto se le suma el medio del usuario sus culturas y demás creencias que forman las percepciones de cada mercado meta como le denomina la empresa. (Vargas, 1994).

En consecuencia, el concepto de calidad se orienta a la percepción del producto o servicio, lo que es subjetivo; por lo que se considera que a la percepción de la calidad de un servicio se le da el mismo tratamiento que la calidad de los bienes tangibles. (Duque, 2005). La percepción de la calidad que el usuario tiene es la diferencia entre lo anhelado y lo esperado conjuntamente con los juicios de complacencia de lo esperado y lo que recibe. (Grönroos, 1994; Rust & Oliver, 1994).

En economía los ofertantes para el consumidor están divididos en dos partes, bienes y servicios. Y dentro del mercado de bienes están inmersos agricultura, minería, manufactura y construcción, caso contrario de lo que sucede en el mercado de servicios que están los transporte, comercio mayorista y minorista, área de finanzas, seguros, bienes raíces, y servicios gubernamentales como como energía eléctrica, comunicaciones, agua potable. (Kutscher y Mark, 1983). Que reemplaza el mercado de bienes con servicios

creados para satisfacer la demanda en el medio.

Los servicios son ofertados por entes privados o públicos controlados por el gobierno exclusivamente, el producto ofrecido puede ser de igual similitud, pero a la vez bien diferenciados ya que, en el caso de los entes privados, sus decisiones son autónomas mientras que para el ente público es importante que la ciudadanía conozca de manera transparente (Dillion et al., 2010). Así los trámites en el ámbito público se demoran más que en el sector privado, por los procesos políticos que conllevan decisiones surgidos de una negociación (Nutt, 2006). Esto muestra que mientras que el sector privado esta direccionado al modelo de arriba hacia abajo en donde la gerencia establece los objetivos, directrices, proyectos y las comunica a su grupo de trabajo, mientras que el sector público tiene un modelo de abajo hacia arriba a lo que se considera como desde abajo es la ciudadanía (Gaitán, 2011).

Los servicios privados su razón de ser es la rentabilidad a diferencia del ámbito público su único interés es el servicio a la comunidad (Leigh, 1983; Frederickson y Hart, 1985; Perry y Wise, 2010). Los llamados Servicios públicos como policía, educación, transporte, Consejo Provincial, Hospitales, que brinda el ente público ya que las sociedades dependen de estos servicios. Bhattacharya y col. (2016); en Ecuador se incluyen el servicio de energía eléctrica, telecomunicaciones y agua potable como servicios básicos que el Estado garantiza a sus habitantes.

#### **2.4. Modelo SERVQUAL**

La importancia de la calidad del servicio, sin importar si este es público o privado, ha llevado a las empresas a la aplicación de modelos reconocidos para evaluar los productos o servicios que están prestando, pero para medir la calidad del servicio, pero si hablamos de fiabilidad el más adecuado es el método SERVQUAL, el cual pone en evidencia las ventajas competitiva y debilidades de las empresas. (Tan y Pawitra, 2001).

El modelo SERVQUAL es un método muy importante que es utilizado en la medición del servicio como tal (Pawitra & Pawitra & Tan, 2001). El modelo SERVQUAL está combinado de atributos, como herramienta es eficaz para medir las brechas entre expectativas y percepciones de usuarios de un servicio (Berry et al., 1988). Al principio SERVQUAL tenía diez (10) atributos que se describen: credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación, comprensión del consumidor, tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, competencia y cortesía, que más adelante Parasuraman encajó entre sí definiendo como cinco (5): tangible, capacidad de respuesta, confiabilidad, seguridad y empatía (Parasuraman et al., 1985). Destacándose como uno de los modelos más utilizados y difundidos para determinar la calidad del servicio, como estudios destacados tenemos que se ha utilizado el Modelo SERVQUAL como: Interval valued intuitionistic fuzzy AHP-WASPAS based public transportation service quality evaluation by a new extension of SERVQUAL Model: P-SERVQUAL 4.0 (Ecem TumsekcaliErtugrul AyyildizAlev Taskin, 2019), para evaluar el servicio de transporte un servicio público a la comunidad, Public service quality evaluation with SERVQUAL and AHP-TOPSIS: A case of Philippine government agencies (Lanndon Ocampo, Miriam Bongo, Jovir Alinsub, Ruselle Anne Casul, Germellie Enquig, Mitzi Luar, Noche Panuncillon, 2017), utilizado para medir los servicios que ofrece el gobierno de Filipinas, Quality assessment of Physical Education in Shahriar city based on SERVQUAL model (Amirhossein Monazami\*, Farokh karami, and Masumeh shahbazi, 2020), Evaluación de la calidad de la Educación Física en la ciudad de Shahriar (IRÁN) según el modelo SERVQUAL.

El modelo ServQual, figura como uno de los principales resultados de la investigación programática iniciada por Parasuraman et al. (1985:1988). Los modelos conceptuales desarrollados por estos investigadores definen la calidad del servicio como la principal variable de resultado (Parasuraman et al; 1994; Parasuraman et al; 1991; Parasuraman et al; 1988; y Parasuraman et al., 1985). Dicho modelo, contiene una serie de ítems destinados a medir los niveles de servicio esperado por el cliente, a lo cual se le denomina expectativas. Mediante esos mismos ítems coincidentes, se mide el nivel percibido de servicio proporcionado (servicio real) por una organización, designados estos como

percepciones. Finalmente, la calidad del servicio se obtiene al medir la diferencia de puntuaciones entre ítems correspondientes, o lo que es lo mismo, al establecer la diferencia entre expectativas y percepciones.

Según la conceptualización de Parasuraman et al. (1988), define la calidad del servicio, como un constructor de cinco dimensiones consistentes, a saber: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; dimensiones que a su vez, están constituidas por 22 ítems, a través de los cuales se alimenta el modelo y se determina el gap o brecha entre las dos valoraciones (es decir, entre lo que el cliente espera del servicio y lo que realmente percibe), con el objeto de facilitar la puesta en marcha; sistemáticamente de acciones correctivas que mejoren la calidad del servicio (McCollin et al, 2011; Yu-qiang, y Jun-Jia, 2011; López y Serrano, 2001; Lee y Hing, 1995). En suma, el modelo ServQual ofrece un mapa de la situación respecto a la calidad en la prestación del servicio y los aspectos que verdaderamente valora el cliente al momento de acceder a dicho servicio, como es el caso del restaurante objeto de estudio, lo cual en últimas, debe incidir en la captación de un mayor número de clientes, mantener los existentes y mejorar los niveles de rentabilidad para la organización (Cabana et al, 2015; Du y Tang, 2014; Tan et al, 2009).

En contraste con lo anterior para Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), expone una herramienta para cuantificar llamado SERVQUAL, con el fin de evaluar la calidad del servicio sobre las diferencias o brechas, enmarcadas en las expectativas y las percepciones, tipificados en cinco criterios o dimensiones.

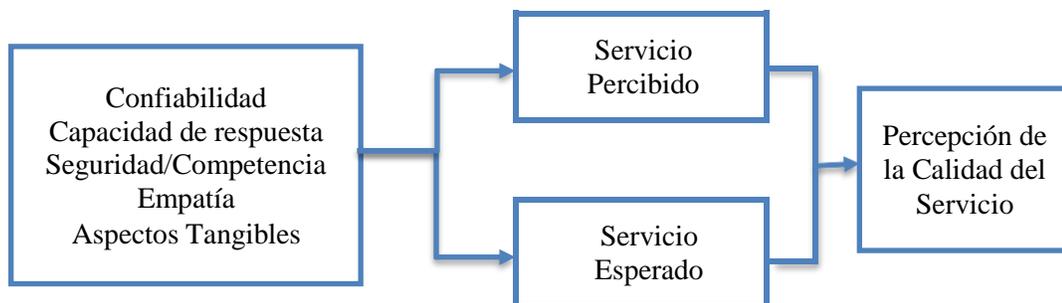


Gráfico 2: MODELO SERVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML Y BERRY) (1988).

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta.

## **2.5. Satisfacción del Usuario**

Medir la satisfacción del cliente significa tratar de comprender a través de los criterios cualicuantitativos y está dada entre cantidad y calidad, calidad o experiencia del cliente con el servicio y la calidad que promete la empresa. (Paride Bruni,2017).

### ***2.5.1. Percepción del usuario***

Se puede describir como la experiencia que el ser humano experimenta a través de las sensaciones y la organización de las ideas que estas generan generando un criterio a lo que se llama percepción (Berelson y Steiner,1964) y es consecuencia de las expectativas del producto o servicio en consecuencia después de distinguir y decidir cómo los usuarios captan el servicio en términos de calidad, y satisfacción (Zeithaml y Bitner,2001).

### ***2.5.2. Calidad de servicio versus satisfacción.***

La asociación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario son el punto de discusión han sido extensamente discutidas, de forma particular por Parasuraman et al. (1988) y Cronin y Baker (1994). La literatura a lo largo de historia define que la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor son conceptos nociones de mutuo significado y que están ligados por su estrecha relación (Cronin & Taylor, 1992). La satisfacción del beneficiario del servicio corresponde al cumplimiento de varios factores que el cliente considera se deben cumplir para satisfacer sus necesidades (Oliver, 1993) y con una situación psicológico completa Oliver (1981) dicho de otro modo se representa a la calidad de servicio como base de la satisfacción exteriorizada por el cliente (Cronin & Baker, 1994). Parasuraman et al. (1985) manifestada en un discernimiento agradable se manifiesta en un juicio global placentero.

## **2.6. Principios de Calidad Ecuador**

Según la Dirección de Calidad del Servicio Público (2018), la medición y evaluación de la percepción de la calidad de los servicios públicos se basa en los principios de:  
Eficiencia. - La prestación de servicios y administración por procesos buscará la

optimización de los recursos invertidos en su gestión.

Eficacia. - La prestación de servicios y administración por procesos estará orientada a contribuir al logro de resultados de excelencia en la institución.

Simplicidad. - La medición y evaluación de la percepción de la calidad de los servicios públicos considerará el uso de métodos y herramientas que eviten la utilización de procesos complejos para el levantamiento y tabulación de resultados.

Transparencia. - La transparencia constituye un deber específico, relacionado con la moralidad, fidelidad y claridad que debe presidir toda actividad del sector público.

Evaluación permanente y mejora continua. - Una gestión pública de calidad es aquella que contempla la evaluación permanente, interna y externa, orientada a la identificación de oportunidades para la mejora continua de los procesos, servicios y prestaciones públicas centrados al servicio al ciudadano y para resultados, proporcionado insumos para la adecuada rendición de cuentas.

Información Pública. - La información pública pertenece a los ciudadanos y ciudadanas.

El Estado y las instituciones privada depositarias de archivos públicos, son sus administradores y están obligados a garantizar el acceso a la información.

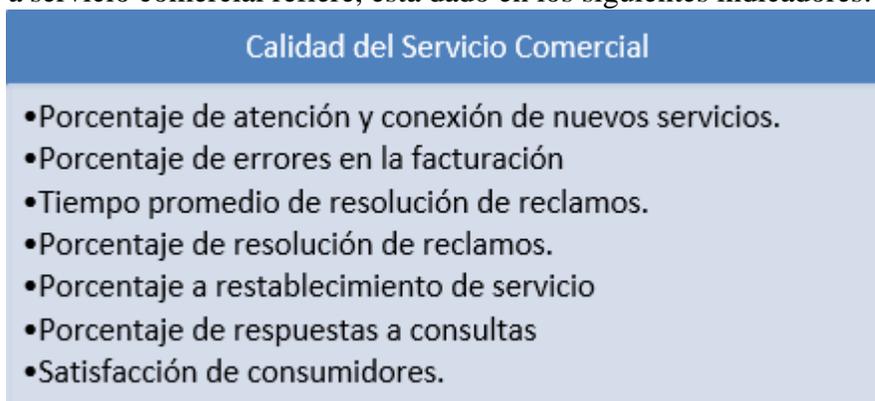
Continuidad en los Servicios Públicos. - Los servicios públicos se prestarán de manera regular e ininterrumpida, previniendo las medidas necesarias para evitar o minimizar los perjuicios que pudieran ocasionarle al ciudadano en las posibles suspensiones del servicio.

Comparabilidad. - La comparación entre distintos servicios (teniendo en cuenta, por supuesto, sus diferentes naturalezas) permite, entre otras cosas, identificar buenas prácticas de gestión y posibles asimetrías en la asignación presupuestal que reciben.

### ***2.6.1. Marco legal vigente para medir la calidad de servicio eléctrico en Ecuador***

De acuerdo con la regularización 02-2020 acerca de la calidad del servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica a noviembre de 2020, por la Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos No Renovables, ARCERNNR, rige los lineamientos para la valoración de calidad de servicio que prestan las empresas distribuidoras, dentro de ellos tenemos atributos del producto como: calidad del servicio técnico y calidad del servicio comercial.

En lo que a servicio comercial refiere, está dado en los siguientes indicadores:



*Gráfico 3: CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Ubicación

La investigación se realizó en la Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A. ubicada en la Av. 12 de noviembre 11-29 y Espejo, Parroquia San Francisco, del Canton Ambato Provincia de Tungurahua.

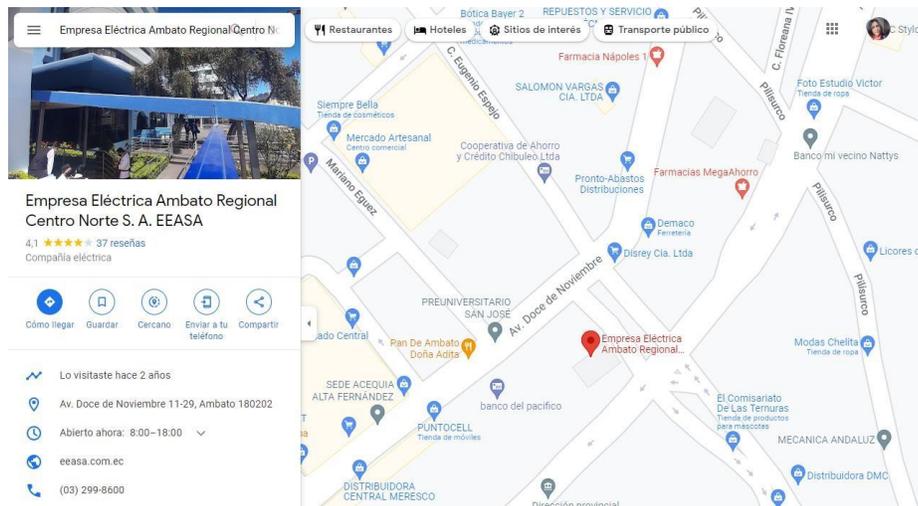


Gráfico 4: UBICACIÓN EEASA

Fuente: Google maps

#### 3.2. Equipos y materiales

Con la técnica de encuesta, con instrumento de cuestionario y una muestra de los clientes, se obtiene la información relevante acerca de la percepción del servicio comercial de la EEASA., hay que mencionar que se utilizara el cuestionario SERVQUAL y el programa estadístico SPSS.

#### 3.3. Tipo de investigación

El enfoque de la investigación, de acuerdo con una investigación de tipo cuantitativo como lo afirma Rojas (2016), que en la cual se utiliza la recopilación de datos conforme

a la confirmación de una hipótesis acorde a la evaluación numérica y la ponderación estadística, alineando los sucesos recurrentes y testear teorías.

En virtud de lo indicado y la relación de las variables como calidad del servicio y satisfacción del cliente de la EEASA, con la finalidad de mejorar los índices.

### **3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender**

H1: La calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente de la EEASA.

H0: La calidad del servicio comercial de energía eléctrica no influye en la satisfacción del cliente de la EEASA.

### **3.5. Población o muestra:**

La EEASA, tiene a su cargo el área de cobertura más grande del País, que incluye las provincias de Tungurahua, Pastaza, Napo y Morona Santiago. La EEASA cuenta con aproximadamente 285.000 clientes, sin embargo, el estudio se va a realizar en la Agencia la Matriz Ambato que cuenta con 180.046 usuarios o número de medidores que se asigna como número de cuenta, un número único, con este antecedente se realizara un tipo de muestreo probabilístico y de tipo aleatorio simple, siendo que contamos con una buena población a ser encuestada.

### **3.6. Recolección de información:**

Considerando que el número de clientes es 180.046, con un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 5%, distribuidas de la siguiente manera:

$$N=180.046$$

$$Z=1.96 \text{ (nivel de confianza 95\%)}$$

$$P=0.5$$

$$Q=1-P=0.5$$

$$e=0.05$$

$$n = \frac{z^2 PQN}{z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(180.046)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (180.046)(0.05)^2}$$

$$n = 381 \text{ encuestas}$$

### 3.7. Procesamiento de la información y análisis estadístico:

El método muestral aleatorio es el que se utilizará para obtener el grupo de enfoque, como lo afirma (MATA et al, 1997:19), "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población"; con tipo de muestreo aleatorio estratificado que se aplicara a los usuarios y nuevos usuarios de la EEASA

Para las encuestas se optó por el cuestionario SEVQUAL destinado a medir la calidad y satisfacción del usuario, es esta ocasión al usuario de energía eléctrica se recopiló la totalidad de las encuestas realizando la validación con 381 clientes en el período de un mes.

Se realizaron encuestas de forma virtual y físicas en el Centro Integrado de Atención al Cliente, CIAC., de la EEASA. Como herramienta se utiliza el programa estadístico Statistical Package for Social Sciences SPSS.

A partir de la tabla uno representa la propuesta del Modelo SERVQUAL que establece la desvinculación entre expectativas y percepciones, a partir de 22 ítems de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL.

DIMENSIÓN	SIGNIFICADO
<b>Fiabilidad</b>	Garantiza el servicio ofrecido de forma confiable y precisa.
<b>Sensibilidad</b>	Capacidad de solventar los requerimientos del usuario de forma oportuna.
<b>Seguridad</b>	Capacidad resolutoria por parte del personal de atención al cliente su principal habilidad causar confianza.
<b>Empatía</b>	Se considera la afinidad de ponerse en el lugar del cliente, comprender e identificar los requerimientos individuales de cada usuario. mismos y la atención individual.
<b>Elementos Tangibles</b>	Aspectos visibles como instalaciones, físicas, equipos, apariencia del personal.

Tabla 1: DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL

**Fuente:** Picazo & Martinez (1992)

En el CIAC mientras el cliente recibe un ticket de turno se entrega la primera encuesta que se refiere a la encuesta de expectativa de la calidad del servicio, después de la experiencia de haber ya recibido el servicio se vuelve a realizar la encuesta con las respuestas de percepción del servicio, de este modo evaluamos las brechas creadas entre expectativa y percepción y con esto la mediana de cada una de las cinco dimensiones (Gómez, 2006). Los elementos de la calidad del servicio serán evaluados como: Muy Insatisfecho, Satisfecho, Poco Satisfecho, Neutral, Satisfecho, Muy Satisfecho.

Calificación del Servicio	Calidad del Servicio
Entre 1,2	Muy Insatisfecho
Entre 2, 3	Insatisfecho
Entre 3,4	Satisfecho
Entre 4,5	Muy Satisfecho

Tabla 2: CALIFICACIÓN DEL SERVICIO

Fuente: Saenz y Valenzuela (2003)

Se realizaron encuestas de forma virtual y físicas en el Centro Integrado de Atención al Cliente, CIAC., de la EEASA. Como herramienta se utiliza el programa estadístico Statistical Package for Social Sciences SPSS., para las **expectativas** con un Alpa de Cronbach de 0,937 que es un índice aceptable, fiable.

### Escala: CALIDAD

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	378	99,2
	Excluido <sup>a</sup>	3	,8
	Total	381	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	22

Tabla 3: ALFA DE CRONBACH CALIDAD

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

Y para la **percepción** con un Alpha de Cronbach de 0,973 que es un índice aceptable, fiable.

### **Fiabilidad**

#### **Escala: SATISFACCIÓN**

##### **Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	381	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	381	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,973	22

*Tabla 4: ALFA DE CRONBACH SATISFACCIÓN*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

## CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En referencia al análisis de las variables, se describe a continuación los resultados obtenidos del estudio que antecede.

### 4.1. Estadística descriptiva

		<b>Estadísticos</b>			
		Genero Cliente	Edad Cliente	Nivel académico del cliente	Ocupación del cliente
N	Válido	381	381	381	381
	Perdidos	0	0	0	0

		<b>Genero Cliente</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	150	39,4	39,4	39,4
	Masculino	231	60,6	60,6	100,0
	Total	381	100,0	100,0	

*Tabla 5: DESCRIPTIVO GENERO CLIENTE*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

		<b>Edad Cliente</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 30	97	25,5	25,5	25,5
	31 a 40	162	42,5	42,5	68,0
	41 en adelante	122	32,0	32,0	100,0
	Total	381	100,0	100,0	

*Tabla 6: DESCRIPTIVO EDAD*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### Nivel académico del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	20	5,2	5,2	5,2
	Bachillerato	72	18,9	18,9	24,1
	Tercer nivel	239	62,7	62,7	86,9
	Posgrado	50	13,1	13,1	100,0
	Total	381	100,0	100,0	

Tabla 7: DESCRIPTIVO NIVEL ACADÉMICO CLIENTE

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### Ocupación del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultor/a	13	3,4	3,4	3,4
	Emprendedor/a	101	26,5	26,5	29,9
	Empleado/a Público	111	29,1	29,1	59,1
	Empleado/a privado	156	40,9	40,9	100,0
	Total	381	100,0	100,0	

Tabla 8: DESCRIPTIVO OCUPACIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

Conforme a los datos reportados se constata que el 61,15% de los clientes que acuden a la EEASA son hombres, con mayor frecuencia de 41 años en adelante con un porcentaje de 41,01, seguido por un nivel de educación de 63,31% con nivel académico de tercer nivel, y su ocupación más frecuente con el 41,01% con ocupación de Empleado Público.

## EXPECTATIVA VS PERCEPCIÓN

### Dimensión de Fiabilidad Expectativa/Percepción

		Expectativa	Percepción
¿La EEASA cumplió el servicio prometido en el tiempo establecido?	Muy insatisfecho	0	22
	Insatisfecho	0	22
	Neutral	39	58
	Satisfecho	135	101

	Totalmente satisfecho	207	178
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Cuándo Ud. tiene una dificultad relacionada con el servicio eléctrico problema, la EEASA tiene interés en resolverlo? mm	Muy insatisfecho	0	25
	Insatisfecho	0	24
	Neutral	51	66
	Satisfecho	168	133
	Totalmente satisfecho	162	133
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Le brindaron una buena atención e información del servicio eléctrico a la primera vez?	Muy insatisfecho	0	31
	Insatisfecho	0	18
	Neutral	51	51
	Satisfecho	145	114
	Totalmente satisfecho	185	167
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿La EEASA proporciona sus servicios de forma eficiente?	Muy insatisfecho	0	31
	Insatisfecho	0	17
	Neutral	38	38
	Satisfecho	168	137
	Totalmente satisfecho	175	158
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿La empresa emite facturas libres de error??	Muy insatisfecho	0	27
	Insatisfecho	0	12
	Neutral	40	66
	Satisfecho	167	126
	Totalmente satisfecho	171	150
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>

Tabla 9: DIMENSIÓN DE FIABILIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

## INTERPRETACIÓN

En referencia a Dimensión de Fiabilidad Expectativa/Percepción la pregunta “¿La EEASA cumplió el servicio prometido en el tiempo establecido?” la correlación entre la expectativa y la percepción de los clientes usuarios de energía eléctrica, evidenciando que se cumplen con los tiempos establecidos dentro de la normativa.

## Dimensión de Sensibilidad Expectativa/Percepción

		Expectativa	Percepción
¿La EEASA le mantiene informado en cuanto al servicio eléctrico por la web, mensajes u otro?	Muy insatisfecho	0	28
	Insatisfecho	0	36
	Neutral	56	77
	Satisfecho	133	93
	Totalmente satisfecho	192	147
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Considera que la EEASA presta un servicio rápido?	Muy insatisfecho	0	14
	Insatisfecho	0	37
	Neutral	63	63
	Satisfecho	155	141
	Totalmente satisfecho	163	126
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Los colaboradores de la EEASA han estado dispuestos a ayudarle?	Muy insatisfecho	0	26
	Insatisfecho	0	22
	Neutral	34	60
	Satisfecho	157	116
	Totalmente satisfecho	190	157
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
El personal de atención al cliente de la EEASA le inspira confianza.	Muy insatisfecho	0	17
	Insatisfecho	0	24
	Neutral	37	59
	Satisfecho	153	122
	Totalmente satisfecho	191	159
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>

Tabla 10: DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En referencia a Dimensión de Sensibilidad Expectativa/Percepción la pregunta “¿La EEASA le mantiene informado en cuanto al servicio eléctrico por la web, mensajes u otro?” tiene relación entre la expectativa y la percepción de los clientes usuarios de energía eléctrica, evidenciando que la EEASA se preocupa de tener los datos actualizados de sus clientes proporcionando información relevante por medios electrónicos como correo, redes sociales, etc.

## Dimensión de Seguridad Expectativa/Percepción

		Expectativa	Percepción
Confía que la facturación mensual de planilla eléctrica va conforme al consumo de su vivienda.	Muy insatisfecho	0	26
	Insatisfecho	0	20
	Neutral	29	49
	Satisfecho	180	143
	Totalmente satisfecho	172	143
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿El personal de la EEASA, es cortés con la solicitud de requerimientos?	Muy insatisfecho	0	46
	Insatisfecho	0	21
	Neutral	49	77
	Satisfecho	168	108
	Totalmente satisfecho	164	129
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
Los empleados de la EEASA están capacitados para solventar sus inquietudes.	Muy insatisfecho	0	14
	Insatisfecho	0	20
	Neutral	40	71
	Satisfecho	161	134
	Totalmente satisfecho	180	142
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
Los empleados de la EEASA están capacitados para solventar sus inquietudes.	Muy insatisfecho	0	25
	Insatisfecho	0	16
	Neutral	51	76
	Satisfecho	159	117
	Totalmente satisfecho	171	147
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>

Tabla 11: DIMENSIÓN DE SEGURIDAD EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En referencia a Dimensión de Seguridad Expectativa/Percepción la pregunta “¿Los empleados de la EEASA están capacitados para solventar sus inquietudes.” Tiene afinidad entre la expectativa y la percepción de los clientes usuarios de energía eléctrica, evidenciando que el personal de atención al cliente tiene el conocimiento para solventar o encaminar cualquier inquietud.

## Dimensión de Empatía Expectativa/Percepción

		Expectativa	Percepción
¿La EEASA atendió su requerimiento unipersonal?	Muy insatisfecho	0	29
	Insatisfecho	0	13
	Neutral	40	75
	Satisfecho	183	134
	Totalmente satisfecho	158	130
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿La EEASA le ofreció atención de forma personalizada?	Muy insatisfecho	0	22
	Insatisfecho	0	21
	Neutral	20	62
	Satisfecho	177	130
	Totalmente satisfecho	184	146
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Pudo apreciar que los colaboradores de la EEASA se preocuparon por sus intereses?	Muy insatisfecho	0	30
	Insatisfecho	0	23
	Neutral	52	85
	Satisfecho	160	108
	Totalmente satisfecho	169	135
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿El personal de la EEASA atendió sus requerimientos particulares?	Muy insatisfecho	0	33
	Insatisfecho	0	16
	Neutral	36	58
	Satisfecho	183	134
	Totalmente satisfecho	162	140
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿El Centro Integrado de Atención al Cliente de la EEASA cuenta con horarios flexibles para su atención?	Muy insatisfecho	0	32
	Insatisfecho	0	15
	Neutral	44	59
	Satisfecho	152	137
	Totalmente satisfecho	185	138
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>

Tabla 12: DIMENSIÓN DE EMPATÍA EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN

Elaborado por: Mónica Roldán Toapanta

## INTERPRETACIÓN

En referencia a Dimensión de Empatía Expectativa/Percepción la pregunta “¿El Centro

Integrado de Atención al Cliente de la EEASA cuenta con horarios flexibles para su atención?” su relación de la expectativa y la percepción de los clientes usuarios de energía eléctrica, esto se debe a que la EEASA es la única empresa del sector estratégico en la Zona 3, que brinda servicios ininterrumpidos de 8:00am a 06:00pm.

### **Dimensión de Elementos Tangibles Expectativa/Percepción**

		<b>Expectativa</b>	<b>Percepción</b>
¿Los servicios electrónicos que ofrece la EEASA, facilitan sus trámites?	Muy insatisfecho	0	9
	Insatisfecho	0	15
	Neutral	34	37
	Satisfecho	173	143
	Totalmente satisfecho	174	177
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Las instalaciones físicas de la EEASA son adecuadas?	Muy insatisfecho	0	19
	Insatisfecho	0	19
	Neutral	37	47
	Satisfecho	152	137
	Totalmente satisfecho	192	159
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿Los empleados de atención al cliente de la EEASA se ven pulcros?	Muy insatisfecho	0	19
	Insatisfecho	0	19
	Neutral	56	47
	Satisfecho	147	137
	Totalmente satisfecho	178	159
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>
¿La publicidad en medios de comunicación sobre la EEASA es atractiva?	Muy insatisfecho	0	18
	Insatisfecho	0	23
	Neutral	71	88
	Satisfecho	145	118
	Totalmente satisfecho	165	134
	<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>381</b>

*Tabla 13: DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES EXPECTATIVA/PERCEPCIÓN*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### **INTERPRETACIÓN**

En referencia a Dimensión de Elementos Tangibles Expectativa/Percepción la pregunta “¿Los servicios electrónicos que ofrece la EEASA, facilitan sus trámites?” su relación con

la expectativa y la percepción de los clientes usuarios de energía eléctrica, la EEASA cuenta con una plataforma que permite agilizar los trámites de requerimientos, reclamos, con la mayor prolijidad.

#### 4.2. Medición de resultados

Las cinco dimensiones del Modelo SERQUAL sirven para medir la Calidad del Servicio y está se calcula con la diferencia entre la expectativa y la percepción, con esto se obtiene las brechas, en primera instancia se calcula las medias de cada pregunta.

Dimensión	Ítems	Calidad	Satisfacción	Brecha
Fiabilidad de la EEASA	¿La EEASA cumplió el servicio prometido en el tiempo establecido?	4,44	4,03	-0,41
	¿Cuándo Ud. tiene una dificultad relacionada con el servicio eléctrico problema, la EEASA tiene interés en resolverlo?	4,29	3,85	-0,44
	¿Le brindaron una buena atención e información del servicio eléctrico a la primera vez?	4,35	3,97	-0,39
	¿La EEASA proporciona sus servicios de forma eficiente?	4,36	3,98	-0,38
	¿La empresa emite facturas libres de error?	4,35	3,94	-0,40
Sensibilidad de la EEASA	¿La EEASA le mantiene informado en cuanto al servicio eléctrico por la web, mensajes u otro??	4,36	3,77	-0,58
	¿Considera que la EEASA presta un servicio rápido?	4,26	3,86	-0,40
	¿Los colaboradores de la EEASA han estado dispuestos a ayudarlo?	4,41	3,93	-0,48
	¿Los colaboradores de la EEASA han tenido la predisposición para solventar cualquier consulta?	4,40	4,00	-0,40
Seguridad de la EEASA	El personal de atención al cliente de la EEASA le inspira confianza.	4,38	3,94	-0,44
	Confía que la facturación mensual de planilla eléctrica va conforme al consumo de su vivienda.	4,30	3,66	-0,64
	¿El personal de la EEASA, es cortés con la solicitud de requerimientos?	4,37	3,97	-0,40
	Los empleados de la EEASA están capacitados para solventar sus inquietudes.	4,31	3,91	-0,41
Empatía de la EEASA	¿La EEASA atendió su requerimiento unipersonal??	4,31	3,85	-0,46
	¿La EEASA le ofreció atención de forma personalizada?	4,43	3,94	-0,49
	¿Pudo apreciar que los colaboradores de la EEASA se preocuparon por sus intereses?	4,31	3,77	-0,53

	¿El personal de la EEASA atendió sus requerimientos particulares?	4,33	3,88	-0,45
	¿El Centro Integrado de Atención al Cliente de la EEASA cuenta con horarios flexibles para su atención?	4,37	3,97	-0,40
Elementos Tangibles de la EEASA	¿Los servicios electrónicos que ofrece la EEASA, facilitan sus trámites?	4,37	4,09	-0,28
	¿Las instalaciones físicas de la EEASA son adecuadas?	4,41	4,22	-0,19
	¿Los empleados de la EEASA se ven pulcros?	4,32	4,04	-0,28
	¿La publicidad en medios de comunicación sobre la EEASA es atractiva?	4,25	3,86	-0,39

Tabla 14: MEDICIÓN DE RESULTADOS

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

Con base al estudio elaborado en lo que corresponde a las brechas se evidencia que en los 22 ítems por lo que se necesita accionar conforme al nivel de insatisfacción de los usuarios.

### Resultados de brechas por dimensión

Aquí se emite un resumen por dimensión con un resultado más amplio, para lo cual se toma en consideración un promedio para cada aspecto obteniendo un valor de brecha.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	CALIDAD	BRECHA
FIABILIDAD DE LA EEASA	3,95	4,36	-0,40
SENSIBILIDAD DE LA EEASA	3,89	4,36	-0,47
SEGURIDAD DE LA EEASA	3,87	4,34	-0,47
EMPATÍA DE LA EEASA	3,87	4,35	-0,48
ELEMENTOS TANGIBLES DE LA EEASA	4,05	4,34	-0,28

Tabla 15: RESULTADOS DE BRECHAS POR DIMENSIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

Con base al estudio elaborado de forma general por dimensión, se evidencia que la brecha más grande con un valor de -0.48 en el aspecto de Empatía a lo cual se debe analizar porque existe más brecha entre clientes y colaboradores, mientras que la menos afectada es la de elementos tangibles.

## ANÁLISIS DE CALIDAD

En el cálculo de los porcentajes para cada dimensión donde cada dimensión sería del 100% si el valor obtenido fuere 5, y con los valores reales, el cálculo sería el siguiente = (Valor brecha\*100) /5.

DIMENSIÓN	CALIDAD	BRECHA
FIABILIDAD DE LA EEASA	4,36	87,2%
SENSIBILIDAD DE LA EEASA	4,36	87,2%
SEGURIDAD DE LA EEASA	4,34	86,8%
EMPATÍA DE LA EEASA	4,35	87,0%
ELEMENTOS TANGIBLES DE LA EEASA	4,34	86,7%
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,35</b>	<b>87,0%</b>

Tabla 16: ANÁLISIS DE CALIDAD

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

## INTERPRETACIÓN

En el análisis de las Expectativas, y con la escala de Likert y aplicada al cuestionario del Modelo SERVQUAL con los 22 ítems, con una expectativa del 87% que aspiraban los clientes con respecto a la calidad del servicio eléctrico.

## ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN

En el cálculo de los porcentajes para cada dimensión donde cada dimensión sería del 100% si el valor obtenido fuere 5, y con los valores reales, el cálculo sería el siguiente = (Valor brecha\*100) /5.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	BRECHA
FIABILIDAD DE LA EEASA	3,95	79,1%
SENSIBILIDAD DE LA EEASA	3,89	77,9%
SEGURIDAD DE LA EEASA	3,87	77,4%
EMPATÍA DE LA EEASA	3,87	77,4%
ELEMENTOS TANGIBLES DE LA EEASA	4,05	81,1%
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,93</b>	<b>78,6%</b>

Tabla 17: ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

## INTERPRETACIÓN

En el análisis de las percepciones, y con la escala de Likert y aplicada al cuestionario del Modelo SERVQUAL con los 22 ítems, con una expectativa del 78,6% que percibieron los clientes con respecto a la calidad del servicio eléctrico.

### 4.3. Comprobación de hipótesis

Se procederá con la comprobación de la hipótesis, que es únicamente evidenciar la muestra, para lo cual se empleara el método CHI CUADRADO. Se utilizó los 22 ítems de la encuesta de las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL para la determinación del cálculo estadísticos concerniente a expectativa y percepción de la calidad del servicio comercial de energía eléctrica de lo cual se ha conseguido:

#### Hipótesis

H1: La calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente de la EEASA.

H0: La calidad del servicio comercial de energía eléctrica no influye en la satisfacción del cliente de la EEASA.

## DIMENSIÓN DE FIABILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Tabla cruzada FIABILIDAD\*Calidad servicios comerciales de energía eléctrica**

Recuento

		Calidad servicios comerciales de energía eléctrica			Total
		Neutral	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
FIABILIDAD	Muy insatisfecho	0	22	0	22
	Insatisfecho	0	13	9	22
	Neutral	8	49	1	58
	Satisfecho	0	95	6	101
	Totalmente satisfecho	0	49	129	178
Total	8	228	145	381	

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	218,493 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	234,997	8	,000
Asociación lineal por lineal	91,892	1	,000
N de casos válidos	381		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,46.

Tabla 18: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE FIABILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En la dimensión de Fiabilidad se ha seleccionado las preguntas con más significancia, obteniendo en las preguntas seleccionadas, como el valor de sig. (valor crítico observado)  $0.000 > 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente.

### DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Tabla cruzada SENSIBILIDAD\*Calidad servicios comerciales de energía eléctrica**

Recuento

		Calidad servicios comerciales de energía eléctrica			Total
		Neutral	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
SENSIBILIDAD	Muy insatisfecho	0	28	0	28
	Insatisfecho	0	27	9	36
	Neutral	5	60	12	77
	Satisfecho	3	79	11	93
	Totalmente satisfecho	0	34	113	147
Total		8	228	145	381

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	165,595 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	181,377	8	,000
Asociación lineal por lineal	86,260	1	,000
N de casos válidos	381		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,59.

Tabla 19: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En la dimensión de Sensibilidad se ha seleccionado las preguntas con más significancia, obteniendo el valor de sig. (valor crítico observado)  $0.000 > 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente.

### DIMENSIÓN DE SEGURIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Tabla cruzada SEGURIDAD\*Calidad servicios comerciales de energía eléctrica**

Recuento

		Calidad servicios comerciales de energía eléctrica			Total
		Neutral	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
SEGURIDAD	Muy insatisfecho	0	24	2	26
	Insatisfecho	0	11	9	20
	Neutral	8	41	0	49
	Satisfecho	0	121	22	143
	Totalmente satisfecho	0	31	112	143
Total		8	228	145	381

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	218,413 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	218,557	8	,000
Asociación lineal por lineal	79,489	1	,000
N de casos válidos	381		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,42.

Tabla 20: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE SEGURIDAD CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En la dimensión de Seguridad se ha seleccionado las preguntas con más significancia, obteniendo el valor de sig. (valor crítico observado)  $0.000 > 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente.

### DIMENSIÓN DE EMPATÍA CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Tabla cruzada EMPATÍA\*Calidad servicios comerciales de energía eléctrica**

Recuento

		Calidad servicios comerciales de energía eléctrica			Total
		Neutral	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
EMPATÍA	Muy insatisfecho	0	29	0	29
	Insatisfecho	0	7	6	13
	Neutral	5	61	9	75
	Satisfecho	3	110	21	134
	Totalmente satisfecho	0	21	109	130
Total		8	228	145	381

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	191,204 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	208,682	8	,000
Asociación lineal por lineal	93,260	1	,000
N de casos válidos	381		

a. 6 casillas (40,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,27.

Tabla 21: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE EMPATÍA CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En la dimensión de Empatía se ha seleccionado las preguntas con más significancia, obteniendo el valor de sig. (valor crítico observado)  $0.000 > 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente.

### DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES CALIDAD/SATISFACCIÓN

**Tabla cruzada E.TANGIBLES\*Calidad servicios comerciales de energía eléctrica**

Recuento

		Calidad servicios comerciales de energía eléctrica			Total
		Neutral	Satisfecho	Totalmente satisfecho	
E.TANGIBLES	Muy insatisfecho	0	22	0	22
	Insatisfecho	0	13	9	22
	Neutral	8	49	1	58
	Satisfecho	0	95	6	101
	Totalmente satisfecho	0	49	129	178
Total		8	228	145	381

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	218,493 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	234,997	8	,000
Asociación lineal por lineal	91,892	1	,000
N de casos válidos	381		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,46.

*Tabla 22: ANÁLISIS DIMENSIÓN DE E. TANGIBLES CALIDAD/SATISFACCIÓN*

**Elaborado por:** Mónica Roldán Toapanta

### INTERPRETACIÓN

En la dimensión de Elementos Tangibles se ha seleccionado las preguntas con más significancia, obteniendo el valor de sig. (valor crítico observado)  $0.000 > 0.05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir la calidad del servicio comercial de energía eléctrica influye en la satisfacción del cliente.

Con base a los datos obtenidos en el análisis de brechas y análisis estadístico se identifica que las 5 dimensiones del Modelo SERVQUAL como confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles, con respecto a la calidad del servicio comercial de energía eléctrica se relacionan por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa en la cual dice textualmente que la satisfacción de l usuario depende de la calidad de los servicios ofertados por la EEASA.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

#### 5.1. Conclusiones

El modelo SERVQUAL como método de investigación permite saber cuantitativa y cualitativamente la percepción de los clientes, facilitando la medición de la calidad del servicio a través de las dimensiones.

Las dimensiones del modelo SERVQUAL como confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles, permiten seccionar las necesidades de los clientes y trabajar en las percepciones bajas, como en Sensibilidad con la pregunta ¿La EEASA le mantiene informado en cuanto al servicio eléctrico por la web, mensajes u otro?, en Seguridad con la pregunta “Confía que la facturación mensual de planilla eléctrica va conforme al consumo de su vivienda.” y en Empatía, en la pregunta “¿Pudo apreciar que los colaboradores de la EEASA se preocuparon por sus intereses?”.

En el resultado de la comprobación de las hipótesis se verifica como la satisfacción de los clientes que utilizan el servicio comercial del servicio eléctrico están directamente relacionado con la Calidad que los mismos ofrecen.

De acuerdo a la estadística descriptiva se verifica que las brechas diferencia de la expectativa y percepción se encuentran en negativo, son valores menores que uno sin embargo en una alerta para poder mejorar la calidad del servicio comercial de energía eléctrica.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda realizar continuamente estudios que midan la calidad del servicio comercial de energía eléctrica, con el precedente de que la satisfacción del cliente está ligada a la calidad del servicio que la percibe.

En referencia a la fiabilidad se recomienda cumplir con lo prometido en cuanto a la entrega de suministro eléctrico, la solución de problemas técnicos o comerciales, y fijación de las tarifas eléctricas.

Con respecto a la Sensibilidad se sugiere celeridad en la ayuda proporcionando un servicio presto e idóneo, solucionando las quejas de los usuarios del servicio comercial de energía eléctrica.

En cuanto a la Seguridad es la aptitud de los colaboradores de la EEASA, para poner a la vista la fiabilidad y convicción de proporcionar un servicio óptimo a sus clientes.

Seguimos con la Empatía es el arte de individualizar las necesidades de los clientes, enfocando la atención de los colaboradores de la EEASA., a adaptarse a gusto y sugerencia de los clientes.

Referente a los elementos tangibles, para los usuarios del servicio comercial de energía eléctrica es necesario mejorar la apariencia de las instalaciones mientras esperan solucionar o solventar sus inquietudes.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Ricaurte B. Belssy E. (2019), MODELO DE COSO 2013 *Sistema De Control Interno Cameral*.

Informe de Gestión Coordinación Calidad y Control Interno a junio 2019.

Villalta R. Estela G., Ramírez E. Ana E., Castañeda G. José. R.(2010)., *Auditoría A Los Sistemas De Gestión De La Calidad En Las Entidades Públicas*. XII Concurso Anual e Investigación.

Villalta R. Estela G., Ramírez E. Ana E., Castañeda G. José. R.(2010)., *Auditoría A Los Sistemas De Gestión De La Calidad En Las Entidades Públicas*. XII Concurso Anual de Investigación.

Calderon I. Gabriel F., Mera M. Julio C., Guamán S. Julio C. (2018). Art.4. *El Mercado Eléctrico Ecuatoriano Y Su Incidencia En Los Altos Costos De Las Tarifas De Energía Eléctrica A Los Consumidores Residenciales Y Comerciales En La Provincia De Manabí Comprendidos En el Periodo de enero a diciembre Del 2018*. Revista Riemat, Julio-Diciembre 2018. Volumen 3. Número 2.

Agencia de Regulación y Control de Electricidad. (2018). *Estadísticas del sector Eléctrico Ecuatoriano*.

Sainz Z. Rafael.(2015). Atención al cliente y Validación Funcional.

Murdifin Haming, Imaduddin Murdifin, A. Zulfikar Syaiful, Aditya Halim Perdana Kusuma Putra / Journal of Distribution Science 17-2 (2019). *The Application Of Servqual Distribution In Measuring Customer Satisfaction Of Retails Company*

Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte, vol. 9 n.º 2, 125-128. (2020). *Quality Assessment Of Physical Education In Shahriar City Based On Servqual Model*.

Lanndon Ocampo, Miriam Bongo, Jovir Alinsub, Ruselle Anne Casul, Germellie Enquig, Mitzi Luar, Noche Panuncillon, (2017) *Public service quality evaluation with SERVQUAL and AHP-TOPSIS: A case of Philippine government agencies*. Socio-Economic Planning

Sciences DOI: 10.1016/j.seps.2017.12.002.

Ecem Tumsekcali, Ertugrul Ayyildiz , Alev Taskin (2021), *Interval valued intuitionistic fuzzy AHP-WASPAS based public transportation service quality evaluation by a new extension of SERVQUAL Model: P-SERVQUAL 4.0*. Expert Systems With Applications.

Marco Alberto Valenzo-Jiménez, Daniel Adan Lázaro-López & Jaime Apolinar Martínez-Arroyo (2019)., *Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico*. DYNA

Miguel A. Bustamante U., Elsie Zerda, Francisco Obando, Michelle Tello. (2019)., *FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO, EL MODELO SERVQUAL*., *Revista Empresarial*.

Asyraf Afthanorhan\*, Zainudin Awang, Norfadzilah Rashid, Hazimi Foziah and Puspa Liza Ghazali., (2019)., *Assessing the effects of service quality on customer satisfaction*.,

Management Science Letters homepage: [www.GrowingScience.com/msl](http://www.GrowingScience.com/msl)

## ANEXOS

### ANEXO 1: ENCUESTA

#### Encuesta dirigida a los clientes del servicio eléctrico de la EEASA Información general (SOCIOECONÓMICA Y DEMOGRÁFICA)



**Objetivo:** A continuación, el cuestionario tiene como propósito estudiar la calidad de servicio comercial de servicio eléctrico y su influencia en la satisfacción de los clientes de la EEASA.

#### a) Género

Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

#### b) Edad del cliente:

De 18 a 30	<input type="checkbox"/>
De 31 a 40	<input type="checkbox"/>
De 41 en adelante	<input type="checkbox"/>

#### c) Nivel académico.

Primaria	<input type="checkbox"/>
Bachillerato	<input type="checkbox"/>
Tercer nivel	<input type="checkbox"/>
Posgrado	<input type="checkbox"/>

#### d) Ocupación

Agricultor/a	<input type="checkbox"/>
Emprendedor/a	<input type="checkbox"/>
Empleado/a Público	<input type="checkbox"/>
Empleado/a privado	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

### Información relevante a la Fiabilidad de la EEASA

		NADA SATISFECHO	INSATISFECHO	NEUTRAL	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1.	¿La EEASA cumplió el servicio prometido en el tiempo establecido?	1	2	3	4	5
2.	¿Cuándo Ud. tiene una dificultad relacionada con el servicio eléctrico problema, la EEASA tiene interés en resolverlo?	1	2	3	4	5
3.	¿Le brindaron una buena atención e información del servicio eléctrico a la primera vez?	1	2	3	4	5
4.	¿La EEASA proporciona sus servicios de forma eficiente?	1	2	3	4	5
5.	¿La empresa emite facturas libres de error?	1	2	3	4	5

### Información relevante a la Sensibilidad de la EEASA

		NADA SATISFECHO	INSATISFECHO	NEUTRAL	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1.	¿La EEASA le mantiene informado en cuanto al servicio eléctrico por la web, mensajes u otro?	1	2	3	4	5
2.	¿Considera que la EEASA presta un servicio rápido?	1	2	3	4	5
3.	¿Los colaboradores de la EEASA han estado dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5
4.	¿Los colaboradores de la EEASA han tenido la predisposición para solventar cualquier consulta?	1	2	3	4	5

### Información relevante a la Seguridad de la EEASA

		NADA SATISFECHO	INSATISFECHO	NEUTRAL	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1.	El personal de atención al cliente de la EEASA le inspira confianza.	1	2	3	4	5
2.	Confía que la facturación mensual de planilla eléctrica va conforme al consumo de su vivienda.	1	2	3	4	5
3.	¿El personal de la EEASA, es cortez con la solicitud de requerimientos?	1	2	3	4	5
4.	Los empleados de la EEASA están capacitados para solventar sus inquietudes.	1	2	3	4	5



**Información relevante a la Empatía de la EEASA**

		NADA SATISFECHO	INSATISFECHO	NEUTRAL	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1.	¿La EEASA atendió su requerimiento unipersonal?	1	2	3	4	5
2.	¿La EEASA le ofreció atención de forma personalizada?	1	2	3	4	5
3.	¿Pudo apreciar que los colaboradores de la EEASA se preocuparon por sus intereses?	1	2	3	4	5
4.	¿El personal de la EEASA atendió sus requerimientos particulares?	1	2	3	4	5
5.	¿El Centro Integrado de Atención al Cliente de la EEASA cuenta con horarios flexibles para su atención?	1	2	3	4	5

**Información relevante a los Elementos Tangibles de la EEASA**

		NADA SATISFECHO	INSATISFECHO	NEUTRAL	SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
1.	¿Los servicios electrónicos que ofrece la EEASA, facilitan sus trámites?	1	2	3	4	5
2.	¿Las instalaciones físicas de la EEASA son adecuadas?	1	2	3	4	5
3.	¿Los empleados de la EEASA se ven pulcros?	1	2	3	4	5
4.	¿La publicidad en medios de comunicación sobre la EEASA es atractiva?	1	2	3	4	5

## ANEXO 2: QUIENES SON EEASA



**La Empresa Eléctrica Ambato Regional Centro Norte S.A., EEASA**, es una institución distribuidora de los servicios básicos de energía eléctrica y alumbrado público que con 62 años de existencia y con una eficiente trayectoria de servicio a la sociedad, ha mantenido sus altos estándares técnicos, laborales y de servicio al cliente en su área de concesión, gracias a la efectiva gestión de sus trabajadores, directivos y autoridades.

El trabajo mancomunado ha dado lugar a que EEASA sea catalogada como Distribuidora Clase "A", es decir, una organización que sabe a donde va y conoce exactamente lo que tiene que hacer.

Por su eficiencia en la prestación de servicios cuenta con la certificación ISO 9001:2015 en gestión de calidad, lo que sin duda constituye un honor pero al mismo tiempo, compromete a una constante mejora.

Tiene a su cargo el área de cobertura más grande del País, que incluye las provincias de Tungurahua, Pastaza, Napo y Morona Santiago. La Empresa cuenta con aproximadamente 297.238 clientes.

Somos, seguridad, bienestar y productividad

ANEXO 3: ORGANIGRAMA EEASA

EMPRESA ELÉCTRICA AMBATO REGIONAL CENTRO NORTE S.A.  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

