



LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIO Y LA SATISFACCION EN LOS USUARIOS, EN EL DISTRITO DE TAMBOPATA

THE QUALITY OF SERVICE OF THE SERVICE PROVIDERS AND THE SATISFACTION OF THE USERS, IN THE DISTRICT OF TAMBOPATA

Freddy Abel Rivera Mamani¹; Vilma Huaman Berrocal¹; Gloria Echegaray Carreño¹; Oscar Nin Vilchez¹ frivema18@gmail.com

¹Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Facultad de Ecoturismo, Av. Jorge Chavez N° 1160 Madre de Dios, Perú

RESUMEN

El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con la satisfacción del usuario de las Empresas Prestadoras de Servicios Públicos en el Distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019. Se utilizó el diseño descriptivo-correlacional, enmarcado en el tipo de investigación no experimental y en el enfoque cuantitativo. La muestra fué probabilística, estuvo conformada por 377 usuarios. El tratamiento de los datos consistió en aplicar la estadística descriptiva; para describir las variables y la estadística inferencial para establecer la correlación de hipótesis mediante el coeficiente r de Pearson, para la prueba de hipótesis se utilizó la Chi-cuadrado y respecto al instrumento se utilizó es la escala del modelo SERVPERF. Los resultados del estudio permitieron concluir que existe correlación significativa entre las variables de estudio, dado que el coeficiente de correlación fue $r = 0,543$ demostrando que la calidad de servicio, guarda relación con la satisfacción de los usuarios.

Palabras clave: usuario, calidad, empresa prestadora de servicio, competitiva, percepción, valor

ABSTRACT

The principal objective of the research is to determine the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of the user of the Public Services Provider Companies in the District of Tambopata, Madre de Dios, 2019. The descriptive-correlational design was used, framed in the type of non-experimental research and the quantitative approach. The sample was probabilistic, it was conformed by 377 users. The treatment of the data consisted in applying the descriptive statistics; To describe the variables and the inferential statistics to establish the hypothesis correlation using the Pearson r coefficient, for the hypothesis test, the Chi-square was used and the scale of the SERVPERF model was used with respect to the instrument. The results of the study allowed us to conclude that there is a significant correlation between the study variables, given that the correlation coefficient was $r = 0.543$, demonstrating that the quality of service is related to the satisfaction of the users.

Keywords: user, quality, service provider company, competitive, perception, value





INTRODUCCIÓN

Los servicios públicos, se refiere a todas aquellas actividades que realizan los ayuntamientos de manera constante, con la finalidad de satisfacer las necesidades básicas de la sociedad. Estas pueden ser desde el servicio de agua potable, alcantarillado, mercados, panteones, alumbrado público, rastros, calles, parques y transporte. Estos son diversos, pues lo conforman aquellas necesidades que la sociedad requiere, como: agua potable, que representa la instalación, mantenimiento, y conservación de las redes de agua, su potabilización, su distribución y la vigilancia de las calidades del agua y de las condiciones sanitarias de las instalaciones; y el alumbrado público, que comprende la iluminación de las dependencias y área públicas y vigilar los programas de mantenimiento de las redes del alumbrado público.(Cordero, 2017).

En tiempos actuales la calidad de servicios es considerado uno de los aspectos importantes en el mundo empresarial, el fin de toda empresa es cumplir con las necesidades, expectativas y tener satisfecho al cliente. Hoy en día las empresas compiten por obtener un mayor número de clientes satisfechos con el servicio y la atención que se les ofrece.(Oliva, 2017) Para conocer la calidad de servicios se debe de considerar que esta involucra al total de la organización y todo lo que implica para lograrla, se traduce en el logro de la implicación de todos los miembros de la organización comprometidos en la mejora continua de la calidad en cada una de las actividades que realiza, se obtiene la calidad en todo lo relacionado a la organización, es decir la calidad pasa a ser un concepto que envuelve todas las actividades en las que este inmersa la organización.(Mora, 2011)

Las empresas que ofrecen servicios como productos padecen de cambios drásticos en su entorno por factores como la globalización de la economía, las privatizaciones de las empresas, las innovaciones tecnológicas y las exigencias de un usuario informado; surge entonces el servicio como parte determinante en el mercado. Algunos estudiosos afirman que este se convierte en variable estratégica que aporta ventaja competitiva. (Montaña & Ramirez, 2002). El concepto vinculado a la “satisfacción de necesidades”, tiene un carácter dinámico, en la medida en que las expectativas de servicio y las necesidades en sí varían de unos usuarios a otros a lo largo del tiempo. En efecto, el tiempo ha sido testigo de evoluciones demográficas, sociales y culturales, que han contribuido a modificar la posición de la población respecto a sus necesidades y demandas.(Gutierrez, Vazquez, & Cuesta, 2010). La utilización del índice de desarrollo humano como indicador del nivel de desarrollo de una población se basa en la idea, hoy generalmente aceptada en los medios políticos y académicos, de que, si bien el crecimiento económico es una condición necesaria para explicar el grado de avance de un país, no constituye una condición suficiente. En otras palabras, se acepta la idea de que crecimiento y desarrollo son conceptos relacionados, pero distintos (López y Vélez, 2003; Zamudio, Soto, & Piste, 2011).

Es necesario señalar que la única alternativa para proporcionarle al usuario una mejor atención en servicios básicos públicos, es preguntarle de que manera es que percibe los servicios básicos ofrecidos por las empresas prestadoras de servicios, quienes pareciera no tomar en cuenta la opinión del usuario, no obstante ser el único agraviado y beneficiado.

La percepción de la calidad junto a la satisfacción representa factores clave para poder entender al consumidor, y más aún se han convertido en una parte crucial en el éxito de los negocios. (Mora, 2011) La importancia de investigar la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, resulta de la necesidad de reconocer el valor que da la empresa a los servicios, y cuan satisfecho se encuentra el usuario por dichos servicios, asimismo analizar como poder corregir aquellos puntos débiles de la empresa para lograr la satisfacción del usuario.(Oliva, 2017). Diversos estudios realizados por diferentes autores, abordan el tema desde diferentes aristas, concluyendo que se debe tomar en cuenta la percepción que tiene el usuario de los servicios básicos.(Mora, 2011)(Duque & Gómez, 2014)(Gorina, Limonero, Peñart, Jiménez, & Gassó, 2014)(Jemes, Romero-galisteo, Labajos, & Moreno, 2018)(Gonzales et al., 2008)(García, Fernández, & Bernal, 2014)(Fernandez & Paravic, 2003)(Duque & Gómez, 2014)(Torres & Luna, 2017).





Asimismo, se considera vital la percepción del usuario respecto de los servicios básicos públicos que día a día utiliza con la finalidad de coberturar sus necesidades básicas, y mucho más aun tomando conciencia de la calidad de servicio brindada por las empresas prestadoras de servicios y la satisfacción que estas producen en el usuario de Tambopata una de las ciudades emergentes del país.

La medición de calidad de servicio se realizará mediante *serv perf* el cual debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (*SERVICE PERFORMANCE*) para la medición y evaluación de la calidad de servicio. Es necesario señalar que esta metodología se compone de los mismos ítems y dimensiones que utiliza el *servqual*, la diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes (Ibarra, 2015).

De acuerdo al modelo *SERVPERF* y *SERVQUAL*, se define la calidad del servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente recibido. Así un cliente valorara positiva o negativamente la calidad de un servicio cuando sus percepciones sean superiores o inferiores a las expectativas previas (Clemenza, Gotera, & Araujo, 2010).

Se ha planteado como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario producida como consecuencia de la utilización de los servicios básicos de agua potable y alumbrado público domiciliario. Para ello se abordará las dimensiones de calidad de servicio como, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y empatía. Asimismo, se ha planteado como hipótesis 1 existencia de una relación significativa entre las dos variables de estudio.

MATERIALES Y METODOS

La investigación se realizó en las empresas prestadoras de servicios, de Energía Eléctrica Electro Sur Este – Madre de Dios y la empresa prestadora de servicio de Agua Potable EMAPAT, Provincia de Tambopata, Región Madre de Dios. Cuentan con 20284 usuarios en energía eléctrica y 19271 usuarios en el servicio de agua potable, haciendo un total de 39555 usuarios.

A través del muestreo probabilístico, intencional por conveniencia se eligieron a 377 usuarios de las empresas prestadoras de servicios de agua potable y energía eléctrica.

Se utilizaron las siguientes técnicas para recolección de datos: El fichaje para recoger información primaria secundaria relacionada con las variables de estudio, se procedió con la búsqueda de información bibliográfica en revistas indexadas, artículos científicos, tesis de maestría y doctorado. Para la recolección de datos se utilizó dos instrumentos: El primero fue la encuesta de calidad de servicio de las EPS contemplando las cinco dimensiones caracterizadas por la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, dicho instrumento fue adaptado y contextualizado, reflejando la realidad de las EPS. El segundo la encuesta satisfacción del usuario.

La investigación es de tipo básica y tiene como objetivo el recojo de información de la realidad para contribuir al conocimiento científico. La metodología de investigación es la de la ciencia exacta, la cual busca un conocimiento sistemático, comprobable y comparable, medible y replicable. El método que se utilizó fue el hipotético deductivo basado en la teoría positivista del conocimiento. Se asumió el diseño no experimental, transeccionales correlacional – descriptivo, ya que se realizó sin la manipulación deliberada de variables, consideramos los siguientes objetivos específicos. Determinar de qué manera la calidad de servicio de las empresas prestadoras de servicios influye en la satisfacción del usuario del distrito de Tambopata.

Para la validez y confiabilidad de los instrumentos se utilizó la escala del modelo *SERVPERF* tanto la encuesta calidad de servicio de las EPS. Además, se utilizó una prueba piloto para precisar la comprensión de los ítems y la validez de su estructura durante este proceso se ajustó la redacción del informe. Posteriormente, una vez que se obtuvo la existencia de correspondencia entre la estructura de las categorías definidas y la estructura empírica como resultado del análisis factorial, estos resultados





asignaron validez de constructo a dicho instrumento, de este modo se confirma la validación de las dimensiones relacionadas con las variables de estudio.

Una vez procesada y validada la información se procedió con el análisis y discusión de los resultados obtenidos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las cinco dimensiones del marco de la calidad de servicio

Tabla N° 01 Calidad de Servicio de las Empresas Prestadoras de Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1,3	1,3
En desacuerdo	57	15,1	16,4
Indiferente	202	53,6	70,0
De acuerdo	109	28,9	98,9
Totalmente de acuerdo	4	1,1	100,0
Total	377	100,0	

Fuente: resultados de la calidad de servicio, en las empresas prestadoras de servicio, Distrito de Tambopata 2019

El 1,3% de usuarios entrevistados, evidencian estar totalmente en desacuerdo respecto de la calidad de servicio prestado por las Empresas Prestadoras de Servicio (EPS), por lo que es necesario focalizar estos casos para ser abordados con urgencia con la finalidad de mejorar el servicio de manera integral, con la finalidad de la búsqueda de la satisfacción del usuario.

Así mismo el 15.1% evidencian estar en desacuerdo respecto de la calidad de servicio prestado por las Empresas Prestadoras de Servicio (EPS), esto refleja que la cantidad que tienen una opinión negativa de la calidad de servicio disminuye, lo cual debe ser abordado con la finalidad de mejorar el servicio, con la finalidad de lograr la satisfacción del usuario.

El 53,6 de usuarios entrevistados, evidencian estar indiferentes respecto de la calidad de servicio prestado por las Empresas Prestadoras de Servicio (EPS), lo cual refleja que los aspectos como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía no llegan de manera clara al usuario, los cuales deben ser reforzados con la finalidad de la satisfacción del usuario.

Únicamente el 28,9% está de acuerdo con la calidad de servicio y esto debido a que aspectos como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía están siendo percibidos de manera clara.





Tabla N^a 02 Satisfacción del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy insatisfecho	10	2,7	2,7
Insatisfecho	68	18,0	20,7
Ni insatisfecho, ni satisfecho	199	52,8	73,5
Satisfecho	94	24,9	98,4
Muy satisfecho	6	1,6	100,0
Total	377	100,0	

Fuente: Resultado de la satisfacción del usuario, respecto de la calidad de servicio de las EPS, distrito de Tambopata 2019.

El mayor porcentaje de estudiantes con un 52,8% manifiesta estar ni insatisfecho, ni satisfecho lo cual representa la percepción de la calidad de servicio de las empresas prestadoras de servicios. El 24,9 manifiesta estar satisfecho con la calidad de servicio lo cual representa un logro para la EPS sin embargo esta percepción debería multiplicarse con la finalidad de poseer clientes satisfechos. El 18,0 manifiesta estar insatisfecho con la calidad de servicio recibido lo cual debería preocupar a la EPS. Y finalmente el 2,7% manifiesta estar muy insatisfecho lo cual debería preocupar a la EPS.

Tabla N^a 03 Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario

		Calidad de servicio	de Satisfacción del usuario
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1	,546**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	377	377
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,546**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	377	377

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

A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis alternativa general. Del tratamiento de datos se desprende que la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de las empresas prestadoras de servicio en el distrito de Tambopata es directa, siendo $r = 0,543$, ello indica que existe una correlación positiva, dado que la significancia asintótica (0,000), es menor al nivel de significancia (0,05) entonces se rechaza, lo cual muestra que a nivel global si hay relación entre la variable estudiada.

CONCLUSIONES

La relación que existe entre la calidad de servicio de las EPS y la satisfacción en los usuarios del distrito de Tambopata 2019, es moderada ya que el coeficiente de correlación de Pearson es $r = 0,543$, y dado que la significancia asintótica (0,000), es menor al nivel de significancia (0,005), se rechaza la hipótesis nula.





BIBLIOGRAFIA

- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Gerencia/Venezuela*, 15(49), 103–124.
- Cordero, J. (2017). Los servicios públicos como derecho de los individuos. *Ciencia Y Sociedad*, 36(4), 682. <https://doi.org/10.22206/cys.2011.v36i4.pp682-701>
- Duque, E., & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio : una mirada desde la educación superior Edison Jair Duque Oliva a y Yaneth Diosa Gómez b , *. *Suma de Negocios*, 5(12), 180–191. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70040-0)
- Fernandez, B., & Paravic, T. (2003). *DE HOSPITALES PÚBLICOS Y PRIVADOS DE LA PROVINCIA DE CONCEPCIÓN , CHILE NURSE ' S JOB SATISFACTION IN PUBLIC AND PRIVATE HOSPITAL OF.* (2), 57–66.
- García, J., Fernández, J., & Bernal, A. (2014). La percepción de calidad y fidelidad en clientes de centros de fitness low cost. *Suma Psicológica*, 21(2), 123–130. [https://doi.org/10.1016/S0121-4381\(14\)70015-3](https://doi.org/10.1016/S0121-4381(14)70015-3)
- Gonzales, N., Quintana, J., Bilbao, A., Esteban, C., San Sebastian, J., De la Sierra, E., ... Escobar, A. (2008). Satisfacción de los usuarios de 4 hospitales del Servicio Vasco de Salud. *Gaceta Sanitaria*, 22(3), 210–217. <https://doi.org/10.1157/13123966>
- Gorina, M., Limonero, J. T., Peñart, X., Jiménez, J., & Gassó, J. (2014). *Atención Primaria Comparación de la satisfacción de los usuarios de atención domiciliaria : modelo integrado vs . modelo dispensarizado.* 46(6), 276–282. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2013.07.011>
- Gutierrez, P., Vazquez, J., & Cuesta, P. (2010). *Servicio Publico Local : Un Analisis De La Percepci6N De Los Ciudadanos Y Sus Repercusiones Sobre La Satisfacci6N Y Credibilidad.* 20.
- Ibarra, L. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel , Hermosillo : *Contaduría Y Administración*, 60(1), 229–260. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39533059010>
- Jemes, I., Romero-galisteo, R., Labajos, M., & Moreno, N. (2018). *Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana : revisión sistemática.* (xx). <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2018.04.014>
- Montaña, J., & Ramirez, H. (2002). Evaluación de la calidad de los servicios públicos domiciliarios. *Diciembre*, 3, 17.
- Mora, C. (2011). *Redalyc.LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR.* <https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- Oliva, C. (2017). “*La calidad del servicio y la satisfaccion del cliente de la empresa regional de servicio publico de electricidad Electrosur S.A., en el distrito de Tacna, 2016.*”
- Torres, J., & Luna, I. (2017). servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría Y Administración*, 62(4), 1270–1293. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>
- Zamudio, F., Soto, L., & Piste, S. (2011). *Estimación del tiempo de satisfacción de los servicios públicos en México : comparativo 1996-2000 y 2001-2005 Assessment of satisfaction times.*

