



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE RESPECTO AL SERVICIO
BRINDADO POR EL SIS ECU 911 EN LA CIUDAD DE
ESMERALDAS EN EL TERCER TRIMESTRE 2019**

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MARKETING ESTRATÉGICO

AUTORA
DIANA CAROLINA HOLGUÍN ROBLES

ASESORA
MGT. MARIA DE LOURDES SOLIS M.

MARZO, 2021

Tribunal de Graduación

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

PhD. Roxana Benítez Cañizares

Presidente de Tribunal de Graduación

Mgt. Elías Salazar Donoso

Lector 2

Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo

Director de Tesis

Mgt. Gloria Holguín Alvarado

Coordinadora de carrera

Autoría

Yo, Diana Carolina Holguín Robles, con número de cédula 0802038695, declaro que la presente investigación enmarcada en base científicas y teóricas en el trabajo de tesis de grado es absolutamente original, autentica y personal.

En la virtud que el contenido de esta investigación es exclusiva responsabilidad, legal y académica de la autora.

Diana Carolina Holguín Robles

C.I.

0802038695

Dedicatoria

La presente investigación se lo dedico a Dios, por darme la perseverancia necesaria para seguir en este proceso y poder llegar a concluir una etapa más de mi vida.

A mi madre Teresa Robles quien con su amor incondicional ha sido ese pilar que jamás me ha dejado caer, por siempre apoyarme y creer en mí, cada palabra de aliento fue mi mayor motivación para llegar a culminar mi carrera.

A mi padre Ramón Holguín por todo el apoyo brindado dentro de este camino, a mi hermano Francisco porque estoy segura de que ve en mí un ejemplo a seguir.

A mi bella hija Kiara Valentina, que con su ternura y amor ha sido mi aliento para seguir adelante con mis metas, siendo mi principal motivación de perseverancia, a ella le dedico profundamente porque cuando quise decaer, siempre estuviste ahí para recordarme que tenía por quien continuar. Te amo mucho mi negrita.

¡A ti hija preciosa, dedico este triunfo!

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme cumplir este sueño, por tener la oportunidad de alcanzar una de mis metas, por bendecir mi vida, la de mis padres, hermano e hija, así ellos son testigos del esfuerzo alcanzado.

A Leonardo Jironza ese compañero de vida, quien con su apoyo constante me motivó continuamente para seguir adelante superándome profesionalmente.

Gracias a la Pontificia Universidad Católica Sede Esmeraldas, y a todos los docentes que me impartieron sus conocimientos durante toda mi carrera, en especial a mi asesora de tesis Mgt. María Lourdes Solís por sus sabios consejos y guía constante en el transcurso de esta etapa, por la paciencia y entrega brindada para poder dar este paso importante en mi vida, a mis dos lectores PhD. Roxana Benítez y Mgt. Elías Salazar quienes han contribuido de manera determinante tanto en la elaboración de esta investigación como en mi formación académica.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que les agradezco por su apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida, gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Diana Carolina Holguín Robles

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tribunal de Graduación	ii
Autoría.....	iii
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento	5
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN.....	11
PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
PLANTEAMIENTO del problema	12
Justificación	14
OBJETIVOS	14
General.....	14
Específicos	14
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	15
1.1 Bases Teórico-Científicas	15
Servicio	15
Servicio y satisfacción del cliente.....	15
Modelo de la desconformidad o insatisfacción.....	16
Cómo medir la satisfacción de los clientes	17
La evaluación periódica de los servicios de atención al cliente	18
Modelo SERVQUAL	18
Dimensiones del modelo Servqual	19
Aplicaciones del modelo	19
ECU 911.....	21
Misión	21
Visión.....	22
Política de calidad	22
Objetivos estratégicos institucionales.....	22

Servicios que presta el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911	23
1.3. Marco Legal.....	27
Constitución de a República del Ecuador	27
Ley Orgánica de defensa al consumidor	27
Código Orgánico Integral Penal (COIP).....	28
Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional del SIS ECU 911	28
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30
2.1 Tipo de estudio.....	30
2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables.....	31
2.3. Métodos	32
2.4. Técnicas e instrumentos	32
Revisión documental	32
Ficha de observación	33
2.5. Población y muestra	33
2.6. Análisis de datos.....	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS	35
Análisis de las variables sociodemográficas de los alertantes	35
Nivel de satisfacción de los usuarios externos sobre la atención que presta el personal de del ECU 911 por servicios	36
Motivos de insatisfacción ciudadana que prestó el ECU 911 Esmeraldas	39
Nivel de confiabilidad que los ciudadanos encuestados tienen con el servicio que brinda el SIS ECU 911 Esmeraldas	41
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	42
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
5.1 CONCLUSIONES.....	44
5.2 RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS.....	46
ANEXOS	50
ANEXO 1 INSTRUMENTO ecu 911.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable	31
Tabla 2 Variables sociodemográficas	36
Tabla 3 Cumplimiento de llamadas contestadas	36
Tabla 4 Percepción de tiempos por categorías de servicio	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de satisfacción por usuarios	37
Figura 2 Percepción de tiempo de llegada de unidades al sitio	38
Figura 3 Nivel de insatisfacción global en cuanto al servicio	39
Figura 4 Motivos de insatisfacción del ECU 911 Sitio	40
Figura 5 Motivos de insatisfacción de llegada de la unidad al sitio	40
Figura 6 Nivel de confiabilidad de los servicios prestados por el ECU 911	41

RESUMEN

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE RESPECTO DEL SERVICIO BRINDADO POR EL SIS ECU 911 EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS TERCER TRIMESTRE 2019

El servicio al cliente está orientado principalmente a satisfacer cada una de sus necesidades, por lo cual toda organización debe tener como prioridad esta función. La satisfacción del cliente es lo que éste experimenta en relación con un producto o servicio que ha adquirido o consumido. El Servicio Integrado de Seguridad SIS ECU 911, proporciona respuesta inmediata e integral a la ciudadanía en temas de emergencias y es mediante la línea directa del 911 que estas emergencias son atendidas por los diferentes operadores y su conexión para la solución. El objetivo de esta investigación fue conocer aspectos relacionados a la percepción para medir el nivel de satisfacción del ciudadano respecto al servicio brindado por el ECU 911 en la ciudad de Esmeraldas en el tercer trimestre del año 2019, para lo cual se aplicó un estudio de corte documental y descriptivo que permitieron identificar variables, las cuales se relacionaron entre sí. Se revisaron los datos aplicados en las encuestas a la muestra de clientes externos que utilizaron la línea telefónica 911 para reportar una emergencia, se contó con una muestra de 735 usuarios. Los resultados obtenidos indican que los usuarios consideran como satisfactorio el nivel de satisfacción global y el nivel de confiabilidad; mientras que los motivos de insatisfacción que percibieron son sobre la atención de la institución en el sitio de la emergencia y la llegada tardía de la unidad. Con lo cual se recomienda monitorear los diferentes indicadores de calidad para mantener o elevar los índices de confiabilidad, por cuanto esto habla bien de la institución y hace que los ciudadanos tengan como primera opción su llamado a una situación de emergencia.

PALABRAS CLAVE

Satisfacción del cliente – ECU911 – emergencia - calidad

ABSTRACT

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE RESPECTO DEL SERVICIO BRINDADO POR EL SIS ECU 911 EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS TERCER TRIMESTRE 2019

Customer service is primarily aimed at satisfying each of their needs, which is why every organization should prioritize this function. Customer satisfaction is what the customer experiences in relation to a product or service that he has purchased or consumed. The SIS ECU 911 Integrated Security Service provides immediate and comprehensive response to the public in emergency matters and it is through the 911 direct line that these emergencies are attended by the different operators and their connection for the solution. The objective of this research was to know aspects related to perception to measure the level of citizen satisfaction with respect to the service provided by the ECU 911 in the city of Esmeraldas in the third quarter of 2019, for which a cut study was applied documentary and descriptive that allowed identifying variables, which were related to each other. The data applied in the surveys to the sample of external clients who used the 911 telephone line to report an emergency were reviewed, with a sample of 735 users. The results obtained indicate that users consider the level of global satisfaction and the level of reliability as satisfactory; while the reasons for dissatisfaction they perceived are regarding the care provided by the institution at the emergency site and the late arrival of the unit. With which it is recommended to monitor the different quality indicators to maintain or raise the reliability indices, since this speaks well of the institution and makes citizens have as their first option their call to an emergency situation.

ABSTRACT

Customer Satisfaction - ECU911 - Emergency - Quality

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de servicio al cliente en las Organizaciones o Empresas se orienta a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente externo mediante el mejoramiento continuo de sus procesos misionales o de negocio, sin considerar que el cliente interno es quien ejecuta actividades y operaciones en contribución al desarrollo organizacional, y lo convierte en proveedor y cliente dentro de los procesos internos que participa (Harrington, 1993).

El Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 fortalece el trabajo a favor de la seguridad ciudadana ecuatoriana, misma que se enmarca en las políticas de seguridad integral fomentadas por el gobierno nacional y que pretenden disminuir, 2 aún más, los índices de inseguridad en el Ecuador (Ministerio Coordinador de Seguridad, 2018).

El Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, proporciona respuesta inmediata e integral a la ciudadanía en caso de emergencias las 24 horas del día durante los 365 días del año, coordina la atención con Organismos integrados al sistema como lo son: Policía Nacional, Ministerio de Salud Pública, Fuerzas Armadas, la Secretaría de Gestión de Riesgos, los Cuerpos de Bomberos, la Agencia Nacional de Tránsito, Cruz Roja Ecuatoriana, el Servicio de Aduanas y Gobiernos Autónomos Descentralizados y sus empresas públicas, y otros Organismos locales encargados de la atención de emergencias (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2016).

El Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 constituye una infraestructura estratégica para la seguridad ciudadana, cuenta con equipos tecnológicos y una plataforma informática única en la región acompañada por un gran contingente humano, indispensables para su operación y respuesta a las diferentes emergencias que se reportan (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2016).

Teniendo en cuenta estos antecedentes, como punto de partida para el análisis y la medición del nivel de satisfacción, la entidad puede obtener una retroalimentación básica para establecer planes de mejoras, relacionados con el cliente externo, denominado ciudadano, garantizando un determinado grado de satisfacción de sus clientes con los productos y los servicios que se les ofrece.

Para lograr dicha satisfacción, resulta de mucha utilidad el estudio de los componentes del servicio que presta el ECU 911 desde la atención de los operadores en las líneas telefónicas como la respuesta que obtienen en el sitio en donde se produce la emergencia, los cuales aportan una visión más tangible y ayudan a determinar la situación real en la que se encuentra la institución; respecto al servicio brindado, ya que posibilitan evaluar o medir la calidad del servicio.

Es por esto por lo que se hace necesario analizar el nivel de satisfacción del cliente respecto del servicio brindado por el SIS ECU 911 en la ciudad de Esmeraldas durante el tercer trimestre del año 2019.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial, la calidad de servicio es de mucha relevancia en las organizaciones, por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor en su atención. Antes la oferta era un poco más limitada; pero a medida que pasa los años, la tecnología, el desarrollo del mercado y progresos técnicos, llegaron al cliente.

Los cambios económicos en el mundo han impuesto mayor competencia en el ámbito empresarial; sean estas privadas o públicas, todas ellas se enfrentan a numerosas dificultades para mantenerse en el mercado de forma competitiva. A finales del siglo pasado la calidad del servicio empezó a tener un nivel competitivo destacando la satisfacción de los clientes y ser considerado como una ventaja competitiva para las empresas. Siendo necesario tener en cuenta las necesidades de los clientes, para generar ventajas competitivas, lograr lealtad e incrementar oportunidades de crecimiento y posibilidades de competencia en el mercado.

En todas las latitudes del mundo existen momentos, en los que la ciudadanía o los individuos manifiestan situaciones de emergencia, entendida como una escenario de imprevistos que requieren una especial atención y deben solucionarse lo antes posible, estas pueden ser de orden médico, porque se requiere un médico o ambulancia para poder trasladar a un enfermo o persona herida a algún centro hospitalario; de seguridad puesto que la persona, los vehículos o los hogares están sufriendo alguna situación de riesgo por sentirse amenazados por delincuentes, situaciones de riñas, de vigilancia, de control de las calles y carreteras, entre otras.

Para dar respuesta a las necesidades de la ciudadanía, en el Ecuador se implementó el Servicio Integrado de Seguridad (SIS) ECU 911, que es un sistema destinado a gestionar en todo el territorio nacional, la atención de las situaciones de emergencia de la población, que son reportadas a través del número telefónico 911, y las que se generen por video vigilancia y monitoreo de alarmas, mediante el despacho de recursos de respuesta especializados pertenecientes a organismos públicos y privados, razón por la cual se necesario utilizar esta línea solo en casos de emergencia.

El procesamiento de la información que ingresa al ECU 911 se tramita mediante la Dirección Nacional de Análisis de Datos, unidad encargada de gestionar la información estadística vinculada a la prestación de servicios de emergencia del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 (Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos SIS ECU 911, 2014).

Esta dirección presenta: estadísticas de alertas receptadas, estadísticas de emergencia y estadísticas de despacho; sin embargo, todavía se requiere de lineamientos específicos para la generación y sistematización de la información, tampoco existe un análisis propio de los resultados alcanzados.

Adicionalmente existe información relevante que se origina en otras unidades como es la Gestión de Procesos, Servicios y Calidad que genera información relacionada con la satisfacción del usuario y control de calidad de operaciones.

Si bien existen indicadores creados en cada una de las unidades y procesos del SIS ECU 911, las metas, métodos de cálculo, umbrales, fuente, unidad de medida y periodicidad; así como los indicadores representativos que evidencien la gestión realizada, se muestra la falta de análisis en las variables que se utilizan para la construcción de estos índices. Resulta importante señalar que la creación de la Herramienta Gobierno por Resultados se creó como un proyecto para la mejora de la gestión pública en general (proyectos, procesos, trámites y servicios al ciudadano); sin embargo, es el mal uso de la herramienta, el que resta valor al sistema.

De los aspectos presentados, acerca de la respuesta del ECU 911, surge necesariamente la pregunta-problema de investigación: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente respecto del servicio brindado por el SIS ECU 911 en la ciudad de Esmeraldas en el tercer trimestre del año 2019?

JUSTIFICACIÓN

El Servicio Integrado de Seguridad ECU911 como ente de respuesta inmediata a la ciudadanía en el caso de emergencias ha concentrado esfuerzos en su gestión operativa con el objetivo de alcanzar niveles óptimos de respuesta, para la ejecución de sus procesos misionales incluye gestionar en todo el territorio ecuatoriano, la atención de las situaciones de emergencia de la ciudadanía, reportadas a través del número 911.

Por lo anteriormente expuesto, se consideró pertinente la realización del presente estudio para analizar la satisfacción de los clientes de la línea 911 que considera identificar una emergencia.

Así mismo para poder dar respuesta a mejoras en los procesos de gestión que permita a los directivos del ECU ser los beneficiarios directos; así como los usuarios de la línea.

Desde esta perspectiva, el tema de estudio goza de trascendencia, puesto que se obtendrá información veraz de las perspectivas ciudadanas acerca de este organismo de asistencia ciudadana, su nivel de satisfacción por categoría de los servicios que ofrece, así mismo conocer también su insatisfacción mediante categorías.

OBJETIVOS

General

Analizar el nivel de satisfacción del usuario respecto del servicio brindado por el SIS ECU 911 en la ciudad de Esmeraldas durante el tercer trimestre del año 2019.

Específicos

- Describir el nivel de satisfacción de los usuarios externos sobre la atención que presta el personal de del ECU 911 por categoría de servicios.
- Identificar los motivos de insatisfacción ciudadana que prestó el ECU 911 durante el período analizado.
- Presentar el nivel de confiabilidad que los ciudadanos encuestados tienen con el servicio que brinda el SIS ECU 911 Esmeraldas.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 BASES TEÓRICO-CIENTÍFICAS

Servicio

Según Matsumoto (2014) enfatizó que los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto de una transacción para brindar satisfacción a los clientes, de acuerdo con sus deseos y necesidades. Los servicios no dan como resultado la propiedad de algo.

Mientras que para Kotler y Armstrong (1980), un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Por lo tanto, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer. El servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente.

Servicio y satisfacción del cliente

Es el servicio proporcionado en apoyo de los productos centrales de una compañía. Las compañías, por lo común, no cobran por el servicio al cliente. Este puede presentarse en el sitio (como cuando un empleado minorista ayuda a un cliente a encontrar un artículo deseado o responde a una pregunta) o bien acercarse por teléfono o por internet (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009).

El concepto de satisfacción se define como el resultado de la indiferencia entre los estándares de comparación previos de los clientes y la percepción del rendimiento del servicio o bien de consumo (Morales y Hernández, 2004).

Para Kotler y Armstrong (2007) la satisfacción del cliente es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

Sin embargo, Farris, Bendle, Pfeifer y Reibstein (2014) definen a la satisfacción del cliente como el número de clientes, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus

experiencias con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) superan los niveles de satisfacción establecida.

Baños (2016) menciona que la satisfacción al cliente puede interpretarse como el resultado de la comparación de las expectativas de servicio y de calidad de producto antes y después de la compra. Dos componentes: satisfacción afectiva (sentimientos positivos o negativos que alguien tiene hacia un objetivo identificado) y cognitiva (las creencias o pensamientos que alguien tiene hacia un objetivo).

En cambio, Ortiz (2013) señala que la satisfacción del cliente es cuando las empresas quieren dar un paso más en su servicio al cliente, ofreciendo más de lo que se espera, es cuando se logra una alta satisfacción al cliente.

Para Moreno, Coromoto y Milángela (2016) señalaron que la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, y es clave para la perdurabilidad de la empresa dado que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación “boca en boca”.

Modelo de la desconformidad o insatisfacción

El enfoque de Churchill y Suprenant (1982) definen al modelo de la desconformidad basado en las expectativas del cliente y el rendimiento percibido, la respuesta esperada es negativa por parte del consumidor cuando el rendimiento del producto es menor a lo esperado y viceversa.

Como lo expresa Kucukosmanoglu y Sensoy (2010) para describir el paradigma de la desconformidad existen cuatro construcciones que son la expectativa, el rendimiento, la desconformidad y la satisfacción.

Así mismo consideran a la satisfacción como el resultado de la compra y utilización, resultando así de la comparación de las expectativas del consumidor y los costos incurridos en la compra del producto en relación con las consecuencias previstas. En el funcionamiento, la satisfacción es de algún modo similar a la actitud, ya que puede ser evaluada como la suma de satisfacciones con algunas características del producto (Kucukosmanoglu y Sensoy, 2010).

La satisfacción del cliente se convierte en un concepto muy ambiguo y abstracto y el estado real de la satisfacción varía de persona a persona y de producto a producto, o de servicio a servicio, mucho dependerá de variables psicológicas y físicas.

Así mismo presenta un carácter muy subjetivo, cuando se cumplen las expectativas del sujeto, por un bien o servicio recibido, por parte de otra o de alguna empresa o institución; cuando siente satisfechas sus necesidades sea estos materiales, de servicios, intelectuales, siempre están en juego sus propias emociones.

El nivel de satisfacción puede estar dado también por la comparación que se puede dar de producto a producto o de un servicio con otro que dan otras organizaciones.

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Los principales beneficios para lograr la satisfacción del cliente, según Mateos (2012) menciona que son:

- **Primer beneficio.** Un cliente satisfecho, en primer lugar, es menos sensible a la competencia que otro que no lo esté, es decir, hecha menos cuenta a las ofertas, por ejemplo, porque se siente bien tratado y, por lo tanto, justificará de forma racional sus percepciones emocionales para seguir comprando.
- **Segundo beneficio.** Un cliente satisfecho habla bien a los demás de la empresa en la que compra, ya que confía en ella. Se produce el boca-oreja que genera tanto beneficio, ya que rentabiliza la publicidad al máximo porque es gratuito para la organización, y genera mayor confianza a los demás que los sistemas publicitarios y de propaganda.

Cómo medir la satisfacción de los clientes

Kotler y Keller (2006) enfatizaron como se tiene que medir la satisfacción de los clientes de forma regular, una de las claves para retenerlos es precisamente su satisfacción, existen diversos métodos para medir la satisfacción de los clientes. Las encuestas regulares sirven para medir de manera directa la satisfacción de los clientes. Además, también resultan

útiles para valorar las intenciones de volver a comprar y la posibilidad o disposición de los clientes a recomendar la empresa y la marca en cuestión a otras personas.

Con lo cual, para medir cómo se percibe un servicio es necesario conocer qué opinan los usuarios o clientes respecto del servicio que reciben; por lo que se hace necesario preguntar de forma directa o mediante estudios de opinión, o combinar estas formas.

La evaluación periódica de los servicios de atención al cliente

Para medir la calidad del servicio de atención al cliente es necesario realizar una evaluación periódica y se puede conseguir aplicando herramientas o metodologías como:

- Recepción de quejas: Permite corregir los aspectos de insatisfacción de la actividad de la empresa.
- Panel de usuarios (focus group): Con esto se consigue tener periódicamente de parte del grupo de usuarios seleccionados sus opiniones y sugerencias.
- Encuestas de satisfacción: Son cuestionarios cortos realizados a determinados usuarios (Valdivia, 2015).

Modelo SERVQUAL

Para Castillo (2012) el modelo SERVQUAL es “una herramienta que se utiliza para la medición de la calidad del servicio, originada en el año 1988 creada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, desarrollado en Estados Unidos mediante el auspicio del Instituto de Ciencias de Marketing de dicho país” (p. 1).

A través de la escala multidimensional SERVQUAL es posible medir y relacionar la percepción del cliente con las expectativas que tiene la empresa respecto a la calidad del servicio o el producto que se produzca, comercialice o distribuya.

En cambio, Deulofefeu (2012) indicó que el modelo SERVQUAL en base a las dimensiones descritas se desarrolla un modelo llamado SERVQUAL 1, que mide la calidad percibida por el consumidor como resultado de la diferencia entre lo que éste

espera de un servicio (expectativas) respecto a lo que realmente ha percibido en el momento de obtener el mismo (percepción).

Dimensiones del modelo Servqual

Según los planteamientos de González, Argelio y Gómez (2013), las dimensiones de la calidad percibida en el modelo SERVQUAL plantea la existencia de cinco dimensiones de calidad de servicio:

- a. Aspectos tangibles:** la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación deben proyectar la calidad del servicio.
- b. Fiabilidad:** prestación del servicio prometido de modo fiable y preciso.
- c. Capacidad de respuesta:** disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- d. Seguridad:** conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.
- e. Empatía:** ponerse en el lugar del cliente mediante la atención individualizada. Dichas dimensiones son comunes a diferentes servicios; por ejemplo, el significado de la calidad para un consumidor sería el mismo, independientemente de que esté evaluando una biblioteca o un hospital.

Basándose en estos cinco criterios, se elaboran 22 ítems que permiten medir las expectativas y percepciones del usuario. Estos 22 ítems son declaraciones, por un lado, respecto a las expectativas que tienen los usuarios sobre las empresas de servicios que consideran excelentes de un sector determinado, y, por otro, respecto a la calidad percibida de una empresa en concreto del sector analizado.

Aplicaciones del modelo

La puntuación que se utiliza es una escala de siete puntos para cada declaración, de forma que siete es «muy de acuerdo» y uno significa «muy en desacuerdo». También se añade otro apartado en el que el consumidor consultado pondera la importancia relativa de cada una de las cinco dimensiones, teniéndose que ponderar su importancia relativa en base a cien.

Además, Wigodski (2003), manifiesta que, en base a los conceptos anteriores, la SERVQUAL es una herramienta que se divide en tres cuestionarios:

- **Fase 1.** Este cuestionario capta las percepciones de los clientes, contiene 22 preguntas respecto al servicio que se espera brinde una compañía de servicio excelente. Las preguntas están redactadas de manera general para aplicarse a cualquier empresa de servicio, por lo que para cada aplicación específica es posible -y deseable-, se adapten los enunciados que integran el SERVQUAL sobre la base de las características específicas de la empresa donde se aplicará.
- **Fase 2.** Consiste en un cuestionario mediante el cual los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones de servicio.
- **Fase 3.** En esta fase se solicita a los clientes sus percepciones específicas respecto a la compañía que se desea estudiar. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la fase 1, pero aplicados a la compañía en estudio (usando el nombre de la empresa de estudio y preguntando por la percepción del cliente sobre la misma).

Pocas son las empresas de servicios que ofrecen garantías de calidad del servicio sin condiciones, pero su número será cada vez mayor en el futuro debido a la competencia, y porque hay buenas razones para ofrecer estas garantías. De acuerdo con Wigodski, (2003), una garantía de servicio debe cumplir cinco criterios:

- a. **Incondicional:** Una garantía con condiciones pierde poder y atractivo para los clientes. La mejor garantía de servicio es aquella que no pone condiciones. Una garantía sin condiciones es aquella en que los clientes pueden devolver cualquier mercancía en cualquier momento y obtener un reembolso, un crédito, u otra mercancía a cambio.
- b. **Facilidad:** Para comunicarse y comprender. Una garantía no debe estar redactada como un documento legal. La redacción debe ser simple y fácil de entender para cualquier cliente.
- c. **Significativo:** La garantía de servicio debe prometer lo que es importante para el cliente y también debe ser significativa económicamente. Si la promesa de la garantía del servicio es la de realizar un pago cuando el cliente no está satisfecho, el

pago debe ser proporcional al coste del servicio y a las molestias ocasionadas al cliente.

- d. **Fácil de invocar:** Si una garantía de servicio requiere que el cliente tenga que superar muchas barreras para reclamar lo prometido, pierde todas sus ventajas y, probablemente, convierta a un cliente descontento en un cliente muy insatisfecho.
- e. **Fácil de conseguir:** Cuando un cliente reclama lo prometido en una garantía de servicio, no debería tener que esperar demasiado tiempo, o tener que trasladarse a diferentes unidades de la organización, para que se ejecute dicha garantía. La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes están estrechamente relacionadas. La satisfacción aparece cuando los clientes perciben que han recibido un servicio de calidad superior al esperado.

ECU 911

Para garantizar la seguridad ciudadana y atender las demandas emergencia de la ciudadanía, el Gobierno ecuatoriano creó mediante el decreto ejecutivo No. 988 el Sistema Integrado de Seguridad ECU911, el cual se concibe como un sistema integral de seguridad que coordina y articula la atención de emergencias de salud, delitos, incendios, desastres naturales, entre otros en todo el territorio ecuatoriano. Para el efecto, se estableció un número único para la atención de llamadas de emergencia en el Ecuador (911).

El Sistema Integrado de Seguridad ECU 911 inicio como proyecto emblemático del Ministerio Coordinador de Seguridad, y se institucionalizo bajo Decreto Ejecutivo No. 988 del 29 de diciembre del 2011 publicado Registro Oficial No. 618 de 13 de enero del 2012 (Ministerio Coordinador de Seguridad, 2016).

Como direccionamiento estratégico presenta la siguiente filosofía:

Misión

Gestionar en todo el territorio ecuatoriano, la atención de las situaciones de emergencia de la ciudadanía, reportadas a través del número 911, y las que se generen por video vigilancia y monitoreo de alarmas, mediante el despacho de recursos de respuesta especializados pertenecientes a organismos públicos y privados articulados al sistema, con

la finalidad de contribuir, de manera permanente, a la consecución y mantenimiento de la seguridad integral ciudadana (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2016).

Visión

Ser una institución nacional líder y modelo en la región para la coordinación de servicios de emergencia utilizando tecnología de punta en sistemas y telecomunicaciones, comprometidos con la calidad, seguridad, salud en el trabajo y el medio ambiente que permitan brindar un servicio único y permanente a la ciudadanía (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2016).

Política de calidad

ECU 911 provee servicio de coordinación y atención de emergencias de forma efectiva y oportuna con una plataforma tecnológica, con personal competente cumpliendo estándares técnicos y normativos. Estamos enfocados en la mejora continua para la búsqueda de la satisfacción de los usuarios en el territorio ecuatoriano (Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, 2016).

Objetivos estratégicos institucionales

Los objetivos estratégicos institucionales del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 corresponden:

- Incrementar la eficiencia y efectividad operacional del servicio.
- Incrementar el nivel de colaboración y relacionamiento interinstitucional.
- Incrementar la eficiencia y efectividad de los procesos sustentados en sistemas de gestión orientados a la calidad, seguridad y salud en el trabajo, gestión ambiental y seguridad.
- Incrementar el nivel del uso responsable del servicio por parte de la ciudadanía.
- Lo expuesto describe los ejes fijados a alcanzar dentro de la gestión del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 en beneficio de la seguridad ciudadana bajo una articulación efectiva Interinstitucional.

Servicios que presta el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911

- Video vigilancia: corresponde al monitoreo de las actividades que puedan generar situaciones de riesgo.
- Línea única de Emergencias 911: para atención a reportes de emergencias.
- Vinculación comunitaria: para brindar charlas y capacitaciones a niños, jóvenes y comunidades enfocadas en el buen uso del servicio ECU 911 y la importancia de la colaboración ciudadana en la seguridad integral.
- Coordinación Institucional: se refiere al trabajo en conjunto de todas las instituciones de respuesta a emergencias, para una atención y respuesta eficaz e integral.

Procesamiento de la información

El procesamiento de la información que ingresa al ECU 911 se tramita mediante la Dirección Nacional de Análisis de Datos, unidad encargada de gestionar la información estadística vinculada a la prestación de servicios de emergencia del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 (Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos SIS ECU 911, 2014).

Esta dirección presenta: estadísticas de alertas receptadas, estadísticas de emergencia y estadísticas de despacho; adicionalmente existe información relevante que se origina en otras unidades como es la Gestión de Procesos, Servicios y Calidad que genera información relacionada con la satisfacción del usuario y control de calidad de operaciones.

Para realizar la retroalimentación de la gestión realizada por el Sistema integrado ECU 911 cuando se presenta una llamada telefónica, se estableció el número de muestra (meta) para cada centro utilizando la fórmula para poblaciones infinitas en función a la cantidad de llamadas a nivel nacional, considerando la población atendida únicamente en Clave Roja a través de las Categorías de Seguridad Ciudadana, Gestión Sanitaria y Tránsito y Movilidad, se la realiza mediante la aplicación de una encuesta por cada centro a nivel nacional, esta encuesta consta de nueve preguntas que se encuentran divididas en cinco secciones.

En la sección 1, se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción del servicio brindado por las instituciones articuladas al SIS ECU 911 (Recurso en Sitio, Tiempo de Llegada de la Unidad, la Atención en sitio y Soporte Telefónico).

En la sección 2, se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción del servicio brindado por los Evaluadores de Operaciones de Llamadas del SIS ECU 911.

En la sección 3, se realiza la encuesta al ciudadano sobre la satisfacción global del SIS ECU 911; (Desde la atención del Evaluador de Operaciones de llamadas, hasta la llegada del recurso al lugar de la emergencia; así como, la atención brindada por el personal de las instituciones articuladas en sitio).

En la sección 4, se realiza la consulta al ciudadano sobre la satisfacción en relación con la confiabilidad o nivel de confianza que tiene con el servicio.

En la sección 5, se realiza la consulta al ciudadano de los datos demográficos en relación con la edad y sexo, con la finalidad de determinar cuál es la población que se encuentra satisfecha con el servicio que brinda el SIS ECU 911.

Esta información se tiene en matrices de formato Excel por cada llamada realizada, de esas existen llamadas exitosas, es decir que el usuario se mantiene en línea y contesta todas las preguntas, también existen llamadas consideradas “mortalidad de llamadas” que tienen que ver con mantenerse en la línea con respuestas de algunas preguntas o que cierran la llamada cuando se les empieza a consultar.

Para los análisis correspondientes solo lo hacen con las llamadas exitosas. Estos datos son remitidos al ECU 911 nacional para que desde allí se realicen los diferentes informes consolidados que deben presentar a los organismos del Gobierno.

1.2 ANTECEDENTES

A continuación, se presentan estudios realizados que muestran resultados con la temática de investigación.

Así mismo, en la investigación de Blanco (2009) quien midió “la satisfacción del cliente del restaurante Museo Taurino y formuló estrategias de servicio para la creación de valor” fue realizada con una metodología de observación, por medio de ésta, se analizó el tipo de

clientes que frecuentan el restaurante y los tiempos en que duran en ser atendidos. También se realizó una metodología descriptiva porque se describieron características fundamentales del restaurante, por medio de una encuesta aplicada al cliente mediante el modelo SERVQUAL, sobre la satisfacción de la dimensión tangible, ésta alcanzó un 50% de satisfacción, en cuanto a la dimensión intangible el servicio proporcionado alcanzó un 92% de satisfacción, así como resultado del nivel de confiabilidad alcanzó el 91%.

En el estudio presentado por Álvarez (2012) cuyo objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del gobierno, utilizó una metodología de campo no experimental transeccional o transversal, aplicado a una muestra representativa de 839 clientes aplicando la técnica de observación directa y la encuesta tipo estructurada o formalizada.

Con esto se obtuvieron los resultados que el índice de calidad de servicio global fue de 1,27 indicando que las percepciones de los clientes son más bajas que las expectativas con un 25,4% por lo que existen oportunidades de mejoras. También las dimensiones fiabilidad, interacción personal y políticas supera el servicio esperado.

En el estudio realizado por Molina (2016), cuyo objetivo fue implementar un modelo de gestión para el tratamiento de quejas recibidas en el Sistema Integrado de Seguridad ECU 911 Zonal 3, para brindar un servicio de calidad a la ciudadanía a través de la aplicación de mejoras en los procedimientos de atención de emergencias, se utilizó una metodología con enfoque cualitativo, ya que se analizó la percepción del servicio hacia la ciudadanía; y, cuantitativa por el análisis de datos requeridos a través de encuestas y entrevistas que proporcionaron información importante para el estudio. Los resultados obtenidos fueron un procedimiento definido sobre quejas presentadas en cuanto a los análisis de información, propuestas de actividades, seguimientos y cumplimiento de indicadores para mejorar la percepción de la ciudadanía en seguridad y confianza en el servicio que brinda el ECU 911.

Para Gómez (2017) quien realizó el “Análisis de la evaluación de la satisfacción ciudadana en el ECU 911 de Esmeraldas, en el período de julio-diciembre 2016” se observa que la calificación del alertante respecto del servicio prestado por los operadores del ECU 911 es considera buena o muy buena la atención brindada con un 93,19%. Sobre la llegada de la

unidad de emergencia al sitio fue oportuna la califica con el 65,85% y sobre el soporte telefónico calificaron en un 88,75%.

En el trabajo de Naranjo y Fonseca (2017) quienes realizaron un “ Modelo de comunicación enfocado a los medios de comunicación sobre el uso de las redes sociales del SIS ECU 911” se obtuvieron resultados importantes sobre la percepción de que la información enviada por el ECU 911 es siempre comprensible con 83,3%, confiable en un 79,6%, oportuna con el 66,7%; sin embargo, se evidencia que existe una percepción que la información es detallada a veces y rara vez. Estos datos evidencian que la eficiencia en el servicio de la información proporcionada por el ECU 911 es confiable y comprensible; elementos que le hacen ser un servicio muy bueno.

La gran mayoría de los encuestados (98,1%) mencionan que las herramientas utilizadas por el ECU 911 para difundir la información son las adecuadas. Los datos muestran que el ECU 911 mantiene una comunicación fluida con los usuarios asegurando que su servicio cuenta con una calificación muy buena y aceptación a los procesos de asistencia en materia de comunicación a la ciudadanía.

En el estudio de Salazar (2017), cuyo objetivo fue elaborar una propuesta metodológica para la evaluación de servicios de emergencia, que permita supervisar, fortalecer y optimizar la gestión del Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, bajo un diagnóstico inicial del Servicio (Macro y micro ambiente), con la finalidad de mantener las buenas prácticas implementadas dentro del servicio; se obtuvo como resultado la elaboración de una metodología de evaluación, basada en la creación del cuadro de mando integral, el cual servirá para orientar el accionar del servicio a resultados, medir y controlar su aplicación en sus distintas perspectivas.

Al analizar la totalidad de las variables como resultado general se identificó una satisfacción del 75,48% considerada baja en cuanto a la atención de esta entidad estatal a los ciudadanos.

Para Macías (2019) que realizó un estudio cuyo objetivo fue analizar la calidad del servicio prehospitalario del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Manta y su incidencia en la satisfacción a los usuarios, la metodología se caracterizó por ser cuantitativa, descriptiva y correlacional. La población fue de 1.005 personas asistidas con una muestra seleccionada de 278 pacientes. Como instrumento de medición se aplicó el cuestionario de

SERQVUAL. Los resultados en las dimensiones analizadas fueron de: Empatía 4,45 puntos, elementos tangibles 4,37 puntos; seguridad 4,36 puntos; confiabilidad 4,29 puntos; capacidad de respuesta 3,98 puntos; obteniendo una puntuación general de 4,29 lo que equivale a un 85,8%, del rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 de la escala de Likert, logrando una calificación general de Satisfecho.

1.3. MARCO LEGAL

La presente investigación se enmarca en la satisfacción de los clientes que utilizan la línea telefónica respecto del servicio que brinda el ECU 911.

El marco legal ecuatoriano (Asamblea Constituyente, 2018) indica lo siguiente:

Constitución de a República del Ecuador

Art. 227, donde se determina que la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación. De esta manera, el ECU 911 al ser una entidad pública está obligado a ofrecer un servicio eficaz, de buena calidad, en búsqueda del bienestar de los ciudadanos.

Ley Orgánica de defensa al consumidor

Numeral 7

Art. 4.- establece que los derechos del consumidor son derechos fundamentales, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: • Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; • Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; • Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios • Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 23.- establece: “Que, es deber del Estado garantizar 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.

Código Orgánico Integral Penal (COIP)

Art. 188.- La persona que altere los sistemas de control o aparatos contadores para aprovecharse de los servicios públicos de energía eléctrica, agua, derivados de hidrocarburos, gas natural, gas licuado de petróleo o de telecomunicaciones, en beneficio propio o de terceros, o efectúen conexiones directas, destruyan, perforen o manipulen las instalaciones de transporte, comunicación o acceso a los mencionados servicios, será sancionada con pena privativa de libertad de seis meses a dos años. La pena máxima prevista se impondrá a la o al servidor público que permita o facilite la comisión de la infracción u omite efectuar la denuncia de la comisión de la infracción. La persona que ofrezca, preste o comercialice servicios públicos de luz eléctrica, telecomunicaciones o agua potable sin estar legalmente facultada, mediante concesión, autorización, licencia, permiso, convenios, registros o cualquier otra forma de contratación administrativa, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.

Es decir que el COIP sanciona de manera coercitiva el mal uso de los sistemas de control puestos por el Estado, aunque no se nombra al ECU 911, sin embargo, es un bien público estatal que debe ser cuidado y bien usado por parte de la ciudadanía.

Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional del SIS ECU 911

Expone: “El Servicio Integrado de Seguridad ECU-911 nace como una herramienta tecnológica integradora para articular y coordinar los servicios de emergencia en las diferentes áreas, con la finalidad de contribuir a la consecución y mantenimiento de la seguridad integral en el territorio ecuatoriano, orientando sus servicios al pleno desarrollo de los derechos y al interés social”, pudiendo considerarse entonces como pieza fundamental para un verdadero cambio social y un sector estratégico en la seguridad, ya que como lo establece el artículo 313 de la Constitución, sectores estratégicos son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental.

Art. 5.- sobre las responsabilidades del Comité de Gestión de Calidad y Servicio y el Desarrollo Institucional, organismo que tiene las siguientes respnsabilidades: a) Proponer, monitorear y evaluar la aplicación de las políticas, normas y prioridades relativas al mejoramiento de la eficiencia institucional; b) Instrumentar, controlar y evaluar la aplicación de las polñíticas, normas y prioridades relativas al desarrollo institucional, talento humano, remuneraciones y capacitación, en cumplimiento y apoyo a las competencias específicas en la Ley.

En este artículo legal se pretende que el personal del ECU 911 realice gestiones para brindar un servicio de calidad a la ciudadanía, de acuerdo con sus políticas y finalidades para la cual fue creada esta institución estatal; para ello, se deben evaluar las acciones realizadas, capacitar al personal propio y el de apoyo para brindar un servicio eficiente y eficaz.

Art. 14.- La Dirección Nacional de Gestión de Infraestructura Tecnológica para Emergencias, tiene como misión liderar y controlar la eficiente operación de la infraestructura tecnológica base para el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, asegurando disponibilidad, integridad y confiabilidad de la infraestructura tecnológica y software de la institución.

Cuando se habla de disponibilidad, integridad y confiabilidad, se observa que son características que ofrecen las instituciones, para brindar un bien o un servicio de calidad, de manera eficaz y eficiente, para que la ciudadanía encuentre en la asistencia elementos satisfactorios que ayuden a solucionar sus problemas.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE ESTUDIO

La presente investigación se realizó en el Centro del Sistema integrado de Esmeraldas ECU 911 por medio de tipos, métodos y técnicas de investigación ya establecidas, centrando su objeto de estudio en el nivel de satisfacción del cliente que realiza llamadas a través del número 911.

Este estudio fue de corte documental principalmente, debido a que se realizó una revisión a la base de datos “Reporte de encuestas de satisfacción del usuario” que hacen a las personas que llamaron a través de la línea telefónica 911 del Sistema integrado de Esmeraldas durante el tercer trimestre del año 2019, con la finalidad de medir el nivel de satisfacción de los usuarios que remitieron su alerta a través del proceso antes mencionado.

La investigación documental se basó en la realización de análisis con respecto a información escrita sobre un tema en específico, esto permitió crear correlaciones, distinciones, fases, criterios o estado actual del conocimiento en referencia al tema objeto de estudio, se fundamenta en información obtenida de documentos, los cuales se definen como fuente de referencia (Bernal, 2010).

De esta manera, fue de tipo descriptiva porque se identificaron variables que permitieron relacionarlas entre sí, se acudió a la información documental y a las respuestas que se indiquen mediante la aplicación de la observación.

2.2. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1 Operacionalización de variable

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICAS
Satisfacción del cliente	Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de beneficios previas (Kotler & Armstrong, Marketing, 2004).	Fiabilidad	Nivel de respuesta asistida por el operador Tiempo en que llega la unidad de emergencia al sitio	Revisión documental Ficha de observación (base de datos de encuestas)
		Capacidad de respuesta	la atención brindada por la persona de la institución que le brindó soporte telefónico atención brindada por la primera persona que contestó su llamada de emergencia	Revisión documental Ficha de observación (base de datos de encuestas)
		Atención al público o seguridad	Atención brindada por el operador atención brindada por el personal de la institución que acudió al sitio Respuesta de la unidad de emergencia en el sitio	Revisión documental Ficha de observación (base de datos de encuestas)
		Empatía	Nivel de solución ante la situación de emergencia servicio brindado de forma global	Revisión documental Ficha de observación (base de datos de encuestas)

2.3. MÉTODOS

Los métodos que se utilizaron en esta investigación fueron:

- **DEDUCTIVO:** Que se utilizó para la deducción o el encadenamiento lógico de proposiciones para llegar a conclusiones, en este sentido revisada la documentación respecto a las encuestas realizadas como retroalimentación a los usuarios se pudo llegar a conclusiones con respecto al nivel de satisfacción de los usuarios encuestados.
- **ANALÍTICO-SINTÉTICO:** Que se utilizó para descomponer los compuestos reales, racionales e ideales en todas sus partes para luego generar nuevo conocimiento; de manera que, con este método se investigó por parte aquellas dimensiones que componen la satisfacción del usuario para sintetizar y descubrir el nivel de satisfacción en escalas definidas.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En la presente investigación se recolectaron los datos necesarios a través de las técnicas de revisión documental y la observación.

Revisión documental

En el proceso de investigación se distinguen dos tipos fundamentales de datos: los primarios y los secundarios. Los primarios hacen referencia a informaciones recogidas de primera mano, mientras que los secundarios son datos extraídos de los datos originales recogidos por otras personas. Los datos secundarios aluden a informaciones que no han sido producidas de forma explícita para los objetivos de la investigación, sino que preexisten y son rentabilizados por el investigador (González, 1997: 244).

Para este estudio se utilizó esta técnica, apoyándose en fuentes de carácter documental que tiene la base de datos “Reporte de encuestas de satisfacción del usuario” que realiza el departamento de estadística del ECU 911 durante el período establecido para conocer el nivel de satisfacción del cliente respecto del servicio que brinda el Sistema Integrado de Seguridad ECU 911 en Esmeraldas.

Se tomó la base de datos resultantes de las encuestas aplicadas en los meses de agosto, septiembre y octubre de 2019 a la muestra de clientes externos que utilizaron la línea

telefónica 911 para reportar una emergencia, con la finalidad de conocer aspectos relacionados a la percepción para medir el nivel de satisfacción que éstos tienen en relación con el servicio brindado por el personal del ECU 911 área de llamada.

Como se indicó anteriormente, con los datos que tenían se pudo analizar otras variables para responder a los objetivos propuestos en la investigación.

Ficha de observación

Esta técnica se la utilizó para organizar la información que se obtuvo mediante la revisión documental.

Se realizó una ficha que cubrió aquellos parámetros definidos en la matriz de operacionalización de variables y que permitió analizar los datos y establecer los porcentajes de satisfacción de un sinnúmero de datos recogidos en tablas Excel.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

El estudio se realizó en el ECU 911 de Esmeraldas, el cual es el encargado de coordinar toda la provincia, se trabajó con toda la población que tiene como muestra el departamento de estadística en cuanto a la base de datos que mide el nivel de satisfacción del alertante del ECU 911, del tercer trimestre del año 2019.

El ECU 911 en sus informes de satisfacción ciudadana reporta un promedio trimestral de 8440 incidentes, categorizados como normales o reales; de ese total tomaron una muestra de 503 usuarios para realizar la encuesta. Para el trimestre indicado se realizaron 1361 llamadas, de las cuales respondieron de forma completa 735 usuarios, alcanzando un 54%; superando la meta propuesta con un 165%.

Para el análisis de este estudio se trabajó con toda la población participante de las encuestas del ECU 911 Esmeraldas, según constaba en la base de datos.

2.6. Análisis de datos

La información de campo, recogida a través de la revisión documental fue tabulada junto con sus frecuencias y los porcentajes de las preguntas en el programa Excel, para luego elaborar tablas o gráficos porcentuales que ilustren de mejor forma la información.

Se realizaron las respectivas interpretaciones, siguiendo el mejor criterio al redactar los datos del estudio.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

De la revisión que se realizó a la base de datos del ECU 911 “Reporte de encuestas de satisfacción del usuario”, se pudo constatar que el objetivo de realizar la encuesta es evaluar y dar a conocer los resultados de satisfacción ciudadana del Centro Ecu 911, con el fin de plantear acciones de mejora frente a la percepción de los ciudadanos con el servicio.

Se estableció el número de muestra (meta) para cada centro utilizando la fórmula para poblaciones infinitas en función a la cantidad de llamadas a nivel nacional, considerando la población atendida únicamente en Clave Roja a través de las Categorías de Seguridad Ciudadana, Gestión Sanitaria y Tránsito y Movilidad.

La encuesta aplicada por cada centro a nivel nacional consta de nueve preguntas dividida en cinco secciones las cuales buscan conocer la satisfacción del servicio brindado por el ECU 911 Esmeraldas y las instituciones articuladas al sistema integrado; también con las respuestas del evaluador de operaciones de llamadas, su nivel de confiabilidad y los datos demográficos.

ANÁLISIS DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS ALERTANTES

Se identificaron las variables demográficas sobre edad y género que reportan las llamadas de emergencia a la línea del ECU 911; de los cuales el 55% corresponden al género femenino y el 45% al género masculino.

Por consiguiente, en la tabla 2 se detallan las variables identificando el género y edad de las personas que respondieron las encuestas, aquí se observa que en el género masculino el 62% corresponde a edades entre 56 y 65 años; en cuanto al género femenino el 64% corresponde a edades comprendidas entre 19 y 25 años.

Tabla 2 Variables sociodemográficas

Edad	Encuestas Efectivas				Total
	Masculino		Femenino		
Más de 12 años	0		0		0
13-18 años	10	40%	15	60%	25
19-25 años	45	36%	80	64%	125
26-35 años	92	46%	110	54%	202
36-45 años	93	42%	131	58%	224
46-55 años	67	54%	57	46%	124
56-65 años	18	62%	11	38%	29
Más de 65 años	3	50%	3	50%	6
TOTAL	328		407		735

Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

En relación con las llamadas contestadas de forma completa y la meta propuesta del trimestre se aprecia que existe un porcentaje mayor a la meta dispuesta por cada categoría de incidentes, según se aprecia en la tabla 3.

Tabla 3 Cumplimiento de llamadas contestadas

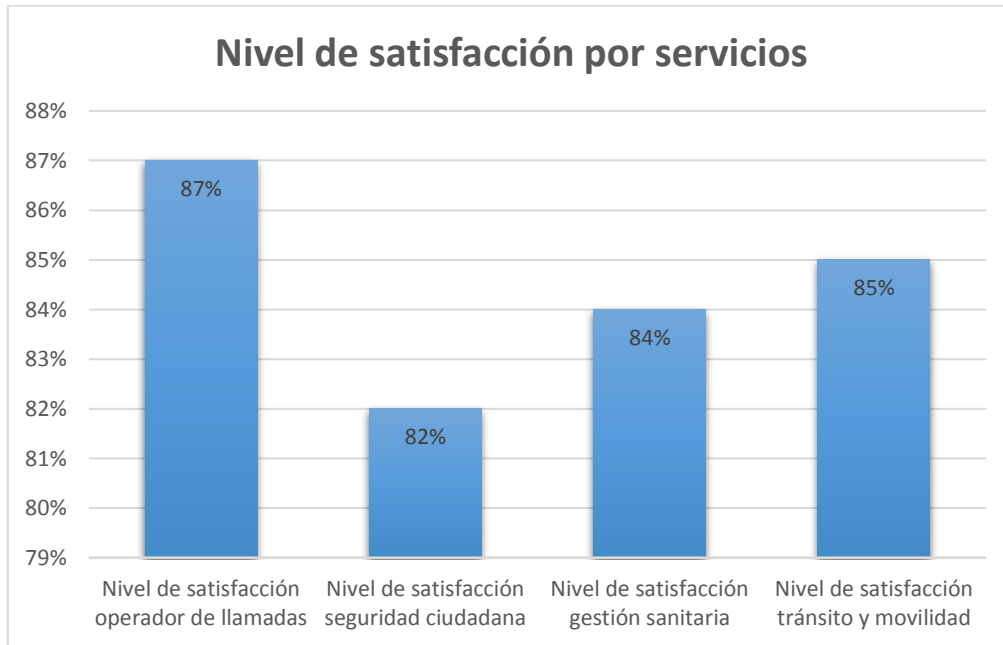
Variable	Meta llamadas	Llamadas contestadas	% Cumplimiento
Seguridad Ciudadana	264	518	196%
Gestión Sanitaria	88	184	209%
Tránsito y Movilidad	15	33	220%

Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

Nivel de satisfacción de los usuarios externos sobre la atención que presta el personal de del ECU 911 por servicios

De manera global la satisfacción de los encuestados por los servicios que presta el ECU 911 se detalla en la figura 1 donde se aprecia que el nivel de satisfacción del operador de llamadas ECU 911 alcanza un 87%, seguido de la satisfacción de tránsito y movilidad con un 85%, la gestión sanitaria con el 84% y la seguridad ciudadana con el 82%.

Figura 1 Nivel de satisfacción por usuarios



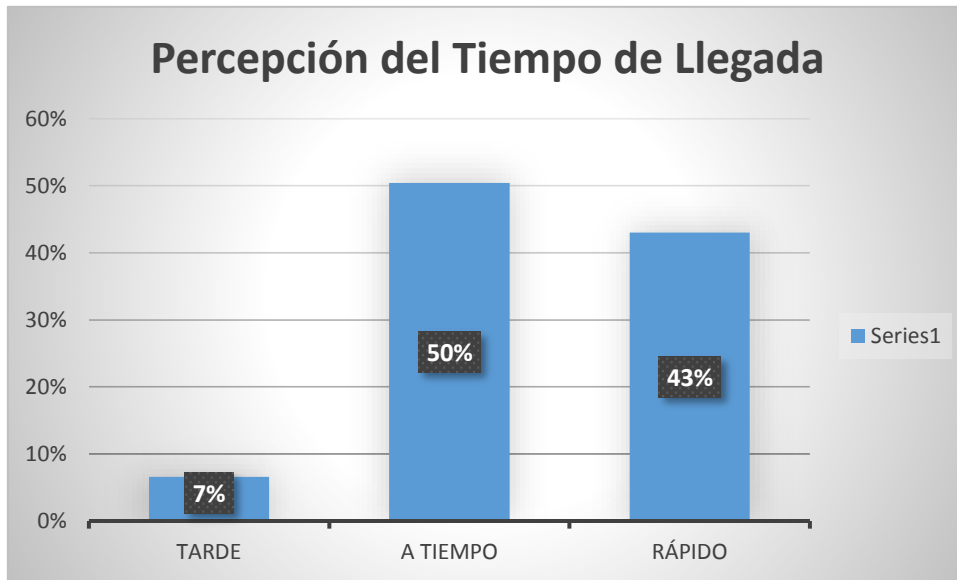
Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

También se puede indicar que la satisfacción global del ECU 911 (categorías e instituciones articuladas de los usuarios atendidos alcanza el 85%, pero también se muestra el nivel de satisfacción global que se obtiene de multiplicar el promedio porcentual de los ciudadanos atendidos y no atendidos), esto alcanza el 50%.

Existe también un análisis de las respuestas de los encuestados en donde indican el 81% que las unidades sí llegaron a tiempo y el 9% indican que no.

Sobre los tiempos de llegada de los recursos, los encuestados expresaron en un 50% que llegaron a tiempo, el 43% que llegaron de manera rápida y solo el 7% que llegaron tarde, así se expresa en la figura 2.

Figura 2 Percepción de tiempo de llegada de unidades al sitio



Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

Sobre este detalle, en el ECU 911 existe una metodología que permite realizar un comparativo entre la percepción del usuario y los tiempos de respuesta de los recursos asignados, que se presentan en la tabla 4.

Tabla 4 Percepción de tiempos por categorías de servicio

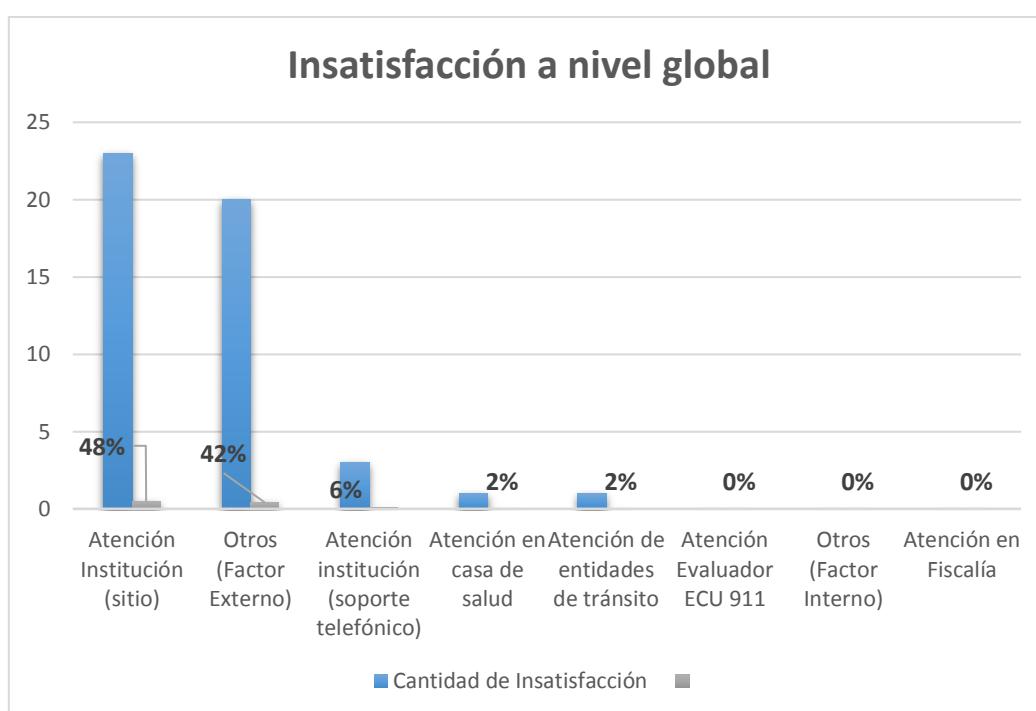
Categoría de Servicios	Meta (II Trimestre 2019)	Tarde		A tiempo		Rápido	
		Promedio Percepción	Promedio Real	Promedio Percepción	Promedio Real	Promedio Percepción	Promedio Real
Seguridad Ciudadana	00:09:10	00:30:21	00:07:18	00:16:24	00:07:49	00:11:58	00:06:59
Gestión Sanitaria	00:13:13	00:21:30	00:04:48	00:17:13	00:08:14	00:11:39	00:08:47
Tránsito y Movilidad	00:11:15	00:17:30	00:05:08	00:15:56	00:06:48	00:07:42	00:08:40

Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

Motivos de insatisfacción ciudadana que prestó el ECU 911 Esmeraldas

A continuación, se identifican los motivos de insatisfacción a nivel global del servicio del ECU 911, con un 48% sobre la atención institución en sitio (corresponde a la Insatisfacción con el ECU 911) y el 42% por “otros factores externos” (que corresponde a no llegó la unidad o no llegó a tiempo), el 6% con el soporte telefónico brindado por el ECU 911, como se detalla en la figura 3.

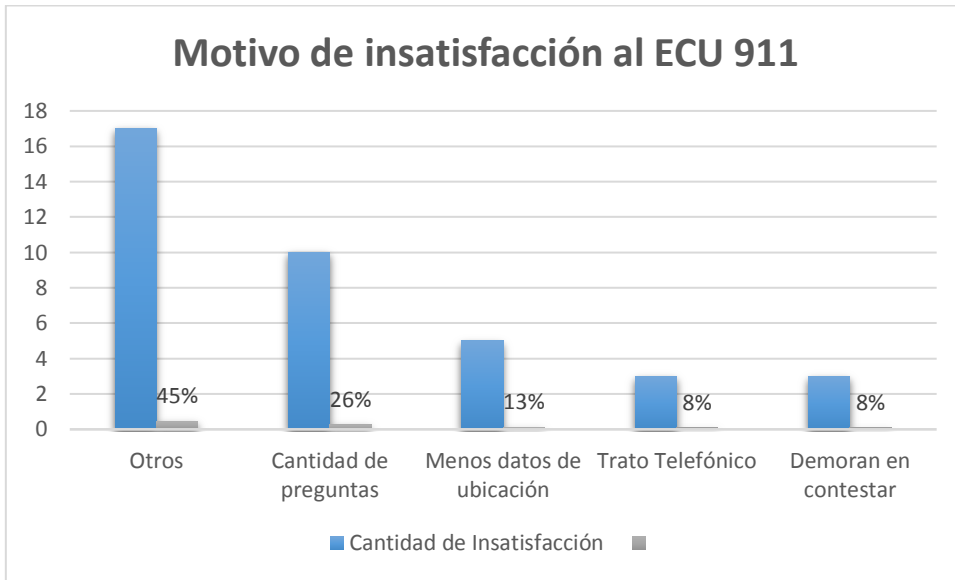
Figura 3 Nivel de insatisfacción global en cuanto al servicio



Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

En cuanto al motivo de insatisfacción “Atención institución (sitio)” que refiere a los colaboradores del ECU 911, se presenta en la figura 4 que el motivo “otros” (que corresponde a que no le dieron indicaciones, no solucionaron su emergencia o falta de indagación); alcanzó el 45%, seguido de “cantidad de preguntas realizadas por el operador” con un 26% y solicitud de “menos de datos de identificación” con el 13% y 8% para trato telefónico y demora en responder el teléfono por parte de los operadores.

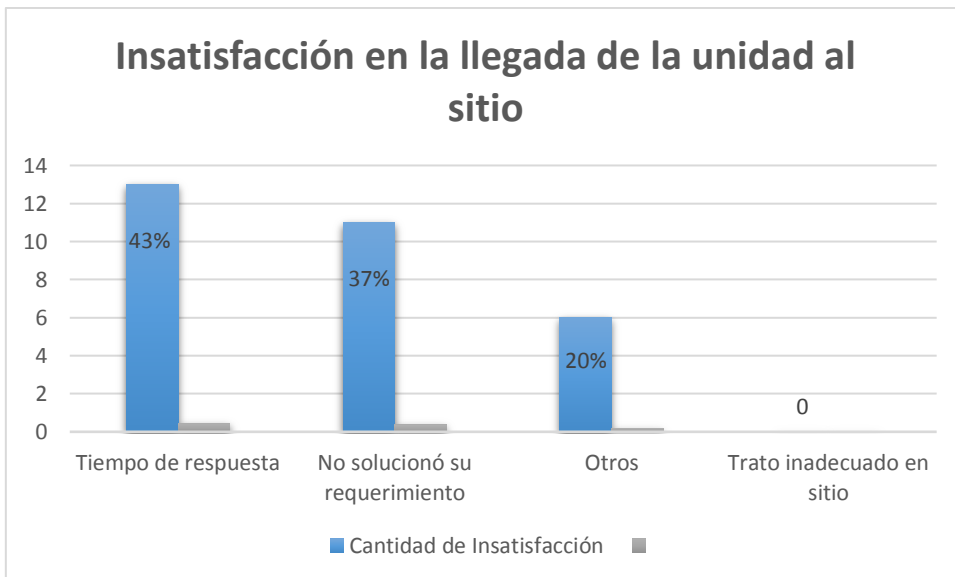
Figura 4 Motivos de insatisfacción del ECU 911 Sitio



Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

Por lo cual se desglosa la insatisfacción en la llegada de la unidad al sitio de la emergencia que se detalla en la figura 5 con el 43% indican por el tiempo de respuesta, el 37% no solución su requerimiento y el 20% lo califica como “otros” que corresponde a que no conocían la dirección de la emergencia.

Figura 5 Motivos de insatisfacción de llegada de la unidad al sitio

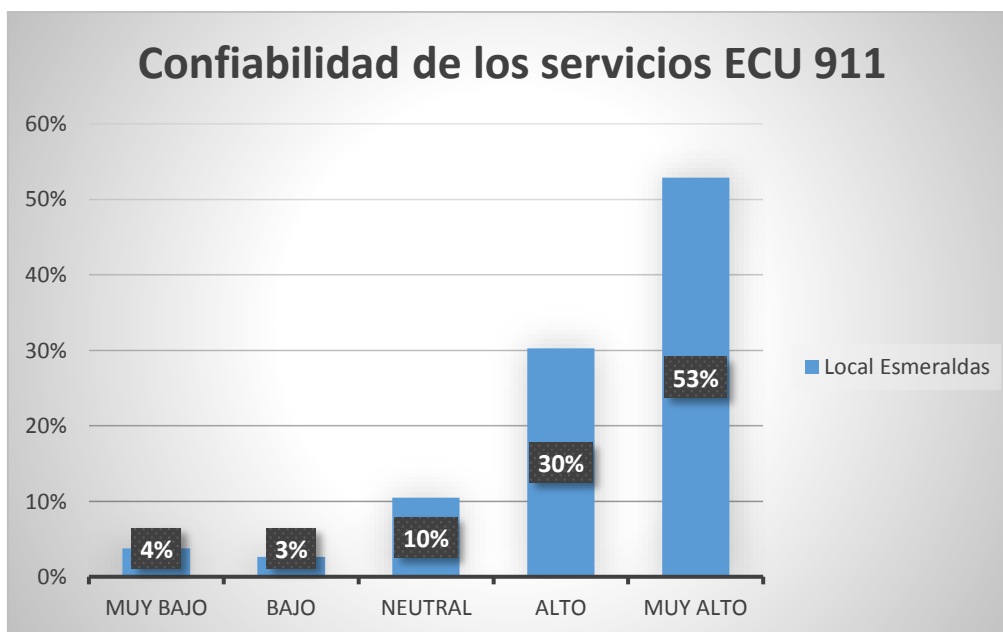


Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

Nivel de confiabilidad que los ciudadanos encuestados tienen con el servicio que brinda el SIS ECU 911 Esmeraldas

Sobre el nivel de confiabilidad de los ciudadanos encuestados con el servicio integrado del ECU 911, se puede identificar que el 53% lo define como “Muy alto”, el 30% como “Alto” que realizando la sumatoria respectiva alcanza un nivel de confiabilidad del 83%, como se expresa en la figura 6.

Figura 6 Nivel de confiabilidad de los servicios prestados por el ECU 911



Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana tercer trimestre 2019 ECU 911

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Partiendo de los resultados de la investigación realizada a las encuestas de satisfacción que realiza el ECU 911 a los ciudadanos que ingresan sus quejas mediante la línea directa, se presentan los resultados para discutir con los estudios presentados en los antecedentes.

Uno de los hallazgos principales de esta investigación fue que los niveles de satisfacción global y del operador de llamadas fue alto con el 87% y 81% respectivamente, según la calificación de los encuestados y la satisfacción de la llegada de la unidad al sitio de la emergencia fue media con un 43%, en comparación con el estudio realizado por Gómez (2017) que alcanzó una satisfacción global del 75,48% y de la llegada de la unidad es media 65,85% y la de la satisfacción del operador que se consideró alta con el 93,19%, teniendo solo coincidencia en esta satisfacción en el período analizado.

Comparando con el estudio realizado por Blanco (2009), dicho estudio reflejó una satisfacción global y nivel de confiabilidad “muy alta” en el servicio del restaurante Museo Taurino, al igual que en esta investigación se presenta un nivel de satisfacción global y nivel de confiabilidad de “alta” con una diferencia de cinco puntos porcentuales.

El estudio de Macías (2019) que analizó la calidad del servicio prehospitalario del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Manta y su incidencia en la satisfacción a los usuarios, se consideró la percepción como “satisfecho”, al igual que en esta investigación realizada al ECU 911.

Sin embargo, al comparar con el estudio de Álvarez (2012) cuyo objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del gobierno, la satisfacción fue considerada “baja” en donde se demuestra que las percepciones de los clientes son más bajas que sus expectativas, a diferencia de que en el estudio realizado en el ECU 911 se proyecta una satisfacción “alta” de satisfacción respecto del servicio brindado.

Por otro lado existe un alto grado de similitud con el trabajo de Naranjo y Fonseca (2017) quienes realizaron un “Modelo de comunicación enfocado a los medios de comunicación sobre el uso de las redes sociales del SIS ECU 911” su estudio identificó un nivel de confiabilidad sobre la percepción de la información que presenta el ECU 911 del 79,6% haciéndole un organismo confiable y comprensible; elementos que le hacen dar a la

ciudadanía un servicio muy bueno, puesto que la investigación alcanza un nivel de confiabilidad “alto” que hacen del ECU 911 Esmeraldas una institución confiable.

Finalmente, otros estudios realizados en el ECU 911 han tomado como base de diagnóstico algunos resultados de satisfacción para poder elaborar modelos de gestión para el tratamiento de quejas recibidas o metodología de evaluación de servicios de emergencia, que permita supervisar, fortalecer y optimizar la gestión del servicio, todo ello con la finalidad de mantener las buenas prácticas implementadas dentro del servicio.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

El estudio de analizar la satisfacción del cliente con respecto al servicio brindado por el Sistema integrado de seguridad ECU 911 Esmeraldas para el tercer trimestre del año 2019, consideró las siguientes conclusiones:

- El nivel de satisfacción global de los usuarios externos sobre la atención que presta el personal de del ECU 911 fue considera como “satisfactorio”; desglosados por las categorías de servicios que presta, consta un nivel de satisfacción del 87% para el operador de llamadas, 85% con tránsito y movilidad, con 84% la gestión sanitaria y con 82% la seguridad ciudadana.
- Los motivos de insatisfacción ciudadana que percibieron los clientes externos del ECU 911 se presentaron sobre la atención de la institución en el sitio y la insatisfacción con la institución y por “otros factores externos” que corresponde a que la unidad no llegó, o no llegó a tiempo, solo un bajo porcentaje identifica como insatisfacción al soporte telefónico que brinda el ECU 911.
- Por último, es conveniente acotar que el nivel de confiabilidad que tienen los ciudadanos encuestados respecto del servicio de la institución alcanza un nivel de confiabilidad considerado como satisfactorio.

5.2 RECOMENDACIONES

Finalmente, se presentan las recomendaciones que parten de las conclusiones realizadas a la presente investigación y se detallan a continuación.

- Elaborar un análisis más profundo por meses o períodos de tiempo cortos con la información sobre niveles de satisfacción para detectar puntos de mejoras que puedan aplicarse de forma oportuna.
- Capacitar a los trabajadores del ECU 911 en cuanto a las preguntas que deben realizar para que el usuario no vea mucha complicación al momento de responder a las dudas que presenta el operador cuando necesita identificar detalles del evento.
- Seguir monitoreando los diferentes indicadores de calidad del servicio para mantener o elevar los índices de confiabilidad, por cuanto esto habla bien de la

institución y hace que los ciudadanos tengan como primera opción su llamado a una situación de emergencia.

REFERENCIAS

- Acevedo, A. y López, A. (2004). *El proceso de la entrevista: Conceptos y modelos*. 4ta. Edición. Editorial Limusa S. A. México.
- Álvarez, G. (2012). Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. (Tesis de posgrado). Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación. Introducción a la investigación científica*. 7ma. edición. Editorial Episteme. Caracas. Venezuela.
- Asamblea Nacional. (2019). *Ley Orgánica de Defensa al Consumidor*. Recuperado de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- Asamblea Nacional. (12 de septiembre de 2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Obtenido de Ley 0. Registro oficial suplemento 180. Modificado: <https://www.ecu911.gob.ec/TransparenciaArchivo/ENERO2015/Anexos%20a2/C%3%93DIGO%20ORGANICO%20INTEGRAL%20PENAL.pdf>
- Baños, M. y Aguilera, J. (2016). *Branded entertainment*. Madrid, España: ESIC.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.
- Blanco, J. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor. (Tesis de grado). Pontificia universidad Javeriana, Colombia.
- Castillo, E. (2012). *Escala Multidimensional SERVQUAL*. Chile: Editado por Facultad de Ciencias Empresariales.
- Churchill Jr., G. y Surprenant, C. (1982) *Una investigación sobre los determinantes de la satisfacción del cliente*. Revista de investigación de mercado (JMR), 19, 491-504. <http://dx.doi.org/10.2307/3151722>

- Deulofefeu, J. (2012). *Gestión de la calidad total en el retail: con la implicación de personas y la satisfacción del cliente y la sociedad*. Madrid, España: Pirámide.
- ECU 911 QUITO. (2017). *Informe de gestión del Servicio Integrado de Seguridad*.
Obtenido de <https://www.ecu911.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Informe-de-Gesti%C3%B3n-Anual-2017.pdf>
- Farris P, Bendle N, Pfeifer P y Reibstein D. (2014). *Métricas de marketing*. Pearson Education. México.
- Gachet, I. y Rosero, J. (2015). *Evaluación de Impacto Sistema ECU 911. Paper INEC ECU 911. Medición de impacto*. Recuperado de https://publicadministration.un.org/unpsa/Portals/0/UNPSA_Submitted_Docs/PAPER%20INEC%20-%20%20ECU911%20Medici%C3%B3n%20de%20Impacto.pdf?ver=1440-03-22-213316-007
- Gómez, F. (2017). *Análisis de la evaluación de la satisfacción ciudadana en el ECU 911 en el período julio-diciembre 2016*. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas. Ecuador.
- González, M. (1997). *Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos*. Editorial: Aguacilar, Alicante. España.
- González, M., Argelio R., Gómez, O. (2016). *Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera*. Revista de Ingeniería Industrial, vol. XXXVII, núm. 3, septiembre-diciembre, 2016, pp. 253-265 Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría La Habana, Cuba.
- Harrington, J. (1993). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México.
- Kotler, P. y Armstrong G. (1980). *Principios de marketing*. 12ava. Edición. Pearson. Prentice Hall. México.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007), *Marketing*. México: Prentice Hall. Decimoprimera edición

- Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson Education.
- Kucukosmanoglu, A. y Sensoy E. (2010). *Satisfacción del cliente: Un fenómeno central en el marketing*. Universidad de Yeditepe , Instituto de Ciencias Sociales
- Macías, C. (2019). Análisis de la calidad del servicio prehospitalario del cuerpo de bomberos de manta y su incidencia en la satisfacción a los usuarios. (Tesis de posgrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Mateos, M. (2012). *Atención básica al cliente*. Málaga: IC Editorial.
- Matsumoto N, (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad*. Ayuda Experto PERSPECTIVAS, núm. 34, octubre, 2014, pp. 181-209 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia
- Ministerio del Interior. (2018). *Fase de Desarrollo Metodológico del Plan de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica 2019-2030*. Ministerio del Interior, Subsecretaría de Evaluación y Estudios, Dirección de Estudios de la Seguridad, Documento de Trabajo, Versión 12.
- Morales, V. y Hernández A. (2004). *Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización*. Lecturas: Educación física y deportes, ISSN 1514-3465, N°. 73, 2004.
- Molina, S. (2016). Modelo de gestión para el tratamiento de quejas recibidas en el Sistema Integrado de Seguridad ECU 911 zonal 3. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, Ecuador.
- Moreno, M., Coromoto, M. y Milángela, C. (2016, 7 de marzo). *Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado de Mérida, Venezuela XXII (2)*, 1315-9518.
- Naranjo, B. y Fonseca, A. (2017). *Modelo de comunicación enfocada a los medios de comunicación sobre el uso de las redes sociales del SIS ECU 911*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en periodismo digital.

- Ortiz, E. (2013). *Atención básica al cliente*. Madrid, España: Instituto Mediterráneo.
- Servicio Integrado de Seguridad ECU 911. (2016). *Servicio integrado de seguridad*. Recuperado de <https://www.ecu911.gob.ec/servicio-integrado-de-seguridad-ecu-911/>
- SIS ECU 911. (28 de FEBRERO de 2014). *Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos*. Obtenido de Resolución No SIS-DG00001-2013: Recuperado de <https://www.ecu911.gob.ec/TransparenciaArchivo/ENERO2015/Anexos%20a1/RO%20ESTATUTO.pdf>
- Valdivia, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Madrid, España: IC Editorial.
- Wigodski, J. (2003), *¿Qué es SERVQUAL?*. Revista biomédica. *Medwave* 2003 Nov;3(10):e2763 doi: 10.5867/medwave.2003.10.2763
- Zeithaml, V., Bitner, M, Gremler J. (2009). *Marketing de servicios*. Mc Graw Hill. Quinta edición. México.

ANEXOS

ANEXO 1 INSTRUMENTO ECU 911



PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA
GESTIÓN DE SERVICIOS Y PROCESOS DE CALIDAD

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CIUDADANA

Fecha:

Institución:

Edad:

Sexo:

- 1) Identifique el tipo de incidente.
- 2) ¿Llegó una unidad a atender su emergencia?
- 3) Califique del 0 al 10 su nivel de satisfacción respecto al tiempo en el que llegó la unidad al sitio de la emergencia, siendo 0 muy tarde y 10 rápido.
- 4) Aproximadamente, ¿en cuántos minutos llegó la unidad que atendió su emergencia?
- 5) Califique del 0 al 10 la atención brindada por el personal de la institución que acudió al sitio, siendo 0 nada satisfecho y 10 completamente satisfecho.
- 6) Califique del 0 al 10 la atención brindada por la persona de la institución que le brindó soporte telefónico, siendo 0 nada satisfecho y 10 completamente satisfecho.
- 7) Califique del 0 al 10 la atención brindada por la primera persona que contestó su llamada de emergencia, siendo 0 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho.
- 8) Califique del 0 al 10 el servicio brindado de forma global, siendo 0 nada satisfecho y 10 completamente satisfecho.
- 9) Califique del 0 al 10 cuánto usted confía en el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, siendo 0 no confío nada y 10 confío completamente.

