

|   |   |                               |                            |                      |
|---|---|-------------------------------|----------------------------|----------------------|
|  | <b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>             |                               |                            |                      |
|   | Documento<br><b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b> | Código<br><b>F-AC-DBL-007</b> | Fecha<br><b>10-04-2012</b> | Revisión<br><b>A</b> |
| Dependencia<br><b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>                                      | Aprobado<br><b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>                          |                               | Pág.<br><b>1(102)</b>      |                      |

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

|                    |  |
|--------------------|--|
| AUTORES            | <b>JAWIN SANTIAGO VILLAMIZAR<br/>NERLY BRIGGITH AFANADOR ALVAREZ<br/>YESICA DUARTE DUARTE</b>        |
| FACULTAD           | <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS</b>   |
| PLAN DE ESTUDIOS   | <b>ADMINISTRACION DE EMPRESAS</b>  |
| DIRECTOR           | <b>CARLO FERNANDO DVERA PEREZ</b>  |
| TÍTULO DE LA TESIS | <b>EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA.</b> |

**RESUMEN**  
(70 palabras aproximadamente)

EN ESTE TRABAJO SE REFLEJA EL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS Y LA IDENTIFICACIÓN DE LOS DISTINTOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE. ADEMÁS SE DETALLA EL ANÁLISIS REALIZADO A CADA UNO DE ESOS FACTORES Y SU ESTADO ACTUAL FRENTE A LOS USUARIOS. FINALMENTE SE EXPONEN ESTRATEGIAS DE MEJORA, CON EL FIN DE CONTRIBUIR AL PROGRESO EN LA ORGANIZACIÓN ESPO S.A Y ASIMISMO MEJORAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA ANTE LOS USUARIOS, AUMENTANDO SU NIVEL DE SATISFACCIÓN.

#### CARACTERÍSTICAS

|              |         |                |           |
|--------------|---------|----------------|-----------|
| PÁGINAS: 102 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: 1 |
|--------------|---------|----------------|-----------|



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA  
ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA.**

**AFANADOR ÁLVAREZ NERLY BRIGGITH  
DUARTE YESICA FERNANDA  
SANTIAGO VILLAMIZAR JAWIN**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2016**

**EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA  
ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA.**

**AFANADOR ÁLVAREZ NERLY BRIGGITH  
DUARTE YESICA FERNANDA  
SANTIAGO VILLAMIZAR JAWIN**

**Trabajo de grado presentado para obtener el título de Administración de Empresas**

**CARLO FERNANDO DVERA PEREZ  
Coordinador Área de Desarrollo Empresarial  
Centro de Investigación Desarrollo y Fomento Empresarial UFPSO  
DIRECTOR**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2016**

## TABLA DE CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN .....   | 14 |
| 1. EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA .....                                    | 15 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....   | 15 |
| 1.2 OBJETIVO.....  | 17 |
| 1.2.1 Objetivo General.....  | 17 |
| 1.2.2 Objetivos específicos.....   | 17 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN .....  | 17 |
| 1.4 DELIMITACIONES .....   | 18 |
| 1.4.1 Operativa.....   | 18 |
| 1.4.2 Conceptual.....  | 18 |
| 1.4.3 Geográfica.....  | 18 |
| 1.4.4 Temporal.....  | 18 |
| 2. MARCO REFERENCIAL.....  | 19 |
| 2.1 MARCO HISTORICO.....   | 19 |
| 2.1.1 Historia de los servicios públicos a nivel mundial.....  | 19 |
| 2.1.2 Historia de los servicios públicos en Colombia.....  | 19 |
| 2.1.3 Historia de los servicios públicos en la ciudad de Ocaña.....  | 26 |
| 2.1.3.1 Historia de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña (ESPO S.A.) .....  | 26 |
| 2.2 MARCO CONCEPTUAL.....  | 28 |
| 2.2.1 Servicios Públicos.....  | 28 |
| 2.2.2 Calidad en el servicio al cliente.....   | 29 |
| 2.2.3 Planificación de Servicios Públicos.....   | 30 |
| 2.2.4 Cliente y/o Usuario.....   | 30 |
| 2.3.5 Satisfacción del cliente.....  | 30 |
| 2.3.6. Demanda.....  | 31 |
| 2.3.7. Oferta.....   | 31 |
| 2.3.8. Competencia.....  | 32 |
| 2.3 MARCO TEORICO.....   | 32 |
| 2.4 MARCO LEGAL.....   | 35 |
| 2.4.1 Ley 142 del 11 de Julio de 1994.....   | 35 |
| 2.4.2 Estatutos de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña S.A “ESP” ESPO S.A. Escritura Pública N° 246 del 13 de Octubre de 1994..... | 44 |
| 3. DISEÑO METODOLOGICO.....  | 46 |
| 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....  | 46 |
| 3.2 POBLACIÓN.....   | 46 |
| 3.3 MUESTRA.....   | 46 |

|   |     |
|---|-----|
| 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....   | 48  |
| 3.5 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACION RECOLECTADA.....   | 48  |
| 3.6 ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO .....   | 48  |
| 3.6.1 Actividades de fundamentación conceptual.....   | 48  |
| 3.6.2 Actividades de Fundamentación Diagnóstica. ....   | 48  |
| 3.6.3 Actividades operacionales.....  | 49  |
| <br>  |     |
| 4. RESULTADOS Y DISCUSIONES .....   | 50  |
| 4.1 Análisis de la encuesta. Al aplicar la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:<br>.....                 | 50  |
| 4.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE CARACTERIZAN LA<br>PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU ESTADO ACTUAL ..... | 68  |
| 4.2.1 Modelo de Servicio SERVQUAL.....  | 71  |
| <br>  |     |
| CONCLUSIONES .....  | 96  |
| <br>  |     |
| BIBLIOGRAGIA .....  | 97  |
| <br>  |     |
| ANEXOS.....   | 100 |

## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Población de Estudio.....   | 46 |
| Tabla 2: Población-Muestra .....   | 47 |
| Tabla 3: Frecuencia del servicio de agua .....                                   | 50 |
| Tabla 4: Suspensión del servicio de agua .....                                   | 51 |
| Tabla 5: Tiempo de suspensión del servicio de agua .....                         | 52 |
| Tabla 6: Calidad del agua.....   | 53 |
| Tabla 7: Información de la suspensión del servicio de agua.....                  | 53 |
| Tabla 8: Presencia de malos olores. ....   | 55 |
| Tabla 9: Basura en el alcantarillado. ....                                       | 55 |
| Tabla 10: Estado rejillas del alcantarillado. ....                               | 56 |
| Tabla 11: Frecuencia del servicio de aseo.....                                   | 57 |
| Tabla 12: Horario de recolección de basuras. ....                                | 58 |
| Tabla 13: Preferencias de horario de recolección. ....                           | 59 |
| Tabla 14: Cumplimiento de los horarios.....                                      | 60 |
| Tabla 15: Calificación del servicio de aseo.....                                 | 61 |
| Tabla 16: Respuesta satisfactoria a la solicitud.....                            | 62 |
| Tabla 17: Atención brindada.....   | 63 |
| Tabla 18: Tiempo de respuesta. ....  | 64 |
| Tabla 19. Horarios de atención. ....   | 65 |
| Tabla 20: Atención por contacto telefónico.....                                  | 66 |
| Tabla 21: Solución por contacto telefónico. ....                                 | 67 |
| Tabla 22: Porcentajes de calificación Acueducto por factor determinante.....     | 80 |
| Tabla 23: Porcentaje de calificación Alcantarillado por factor determinante..... | 82 |
| Tabla 24: Porcentaje de calificación Aseo por factor determinante. ....          | 86 |
| Tabla 25: Promedio de calificación Servicio de Acueducto. ....                   | 86 |
| Tabla 26: Correlación Calificación del Servicio de Acueducto.....                | 87 |
| Tabla 27: Promedio de calificación Servicio de Alcantarillado.....               | 88 |
| Tabla 28: Correlación Calificación del Servicio de Alcantarillado. ....          | 89 |
| Tabla 29: Promedio de calificación Servicio de Aseo .....                        | 90 |
| Tabla 30: Correlación Calificación del Servicio de Aseo.....                     | 90 |

## LISTA DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1: Frecuencia del servicio de agua. ....                   | 50 |
| Ilustración 2: Suspensión del servicio de agua. ....                   | 51 |
| Ilustración 3: Tiempo de suspensión del servicio de agua. ....         | 52 |
| Ilustración 4: Calidad del agua. ....                                  | 53 |
| Ilustración 5: Información de la suspensión del servicio de agua. .... | 54 |
| Ilustración 6: Presencia de malos olores. ....                         | 55 |
| Ilustración 7: Basura en el alcantarillado. ....                       | 56 |
| Ilustración 8: Estado rejillas del alcantarillado. ....                | 57 |
| Ilustración 9: Frecuencia del servicio de aseo. ....                   | 58 |
| Ilustración 10: Horario de recolección de basuras. ....                | 59 |
| Ilustración 11: Preferencias de horario de recolección. ....           | 60 |
| Ilustración 12: Cumplimiento de los horarios. ....                     | 61 |
| Ilustración 13: Calificación del servicio de aseo. ....                | 62 |
| Ilustración 14: Respuesta satisfactoria a la solicitud. ....           | 63 |
| Ilustración 15: Atención brindada. ....                                | 64 |
| Ilustración 16: Tiempo de respuesta. ....                              | 65 |
| Ilustración 17: Horarios de atención. ....                             | 66 |
| Ilustración 18. Atención por contacto telefónico. ....                 | 67 |
| Ilustración 19: Solución por contacto telefónico. ....                 | 68 |

## **LISTA DE ANEXOS**

|  |     |
|--|-----|
| Anexo A. EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA..... | 101 |
|--|-----|

## GLOSARIO

**ACUANTIOQUIA:** era la encargada de operar 42 acueductos y alcantarillados en 40 municipios y dos corregimientos del departamento de Antioquia, Colombia, al noroeste del país. ACUANTIOQUIA era una empresa pública, que desaparece con la Reforma al no cumplir con los criterios técnicos, administrativos y financieros, que ordenan la nueva Constitución y la ley.

**ACUAVALLE:** Sociedad de Acueductos y Alcantarillados del Valle del Cauca S.A.

**ACUAS:** Asociaciones de Acueductos y Alcantarillados.

**ADAMIUAIN:** Asociación de Amigos Usuarios Acueducto Independiente Barrios Santa Clara, José Antonio Galán y Bermejál.

**ANDESCO:** Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones.

**CDT:** Certificado de Depósito a Término

**CEDE:** Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico.

**CINARA:** Instituto de Investigación y Desarrollo en Abastecimiento de Agua, Saneamiento Ambiental y Conservación del Recurso Hídrico.

**CORELCA:** Corporación Eléctrica De La Costa Atlántica.

**CRA:** Comisión Reguladora de Agua Potable y Saneamiento Básico.

**CREG:** La Comisión de Regulación de Energía y Gas.

**CVC:** Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca.

**DNP:** Departamento Nacional de Planeación

**ECOPETROL:** Empresa Colombiana de Petróleos.

**EMCALI:** Empresas Públicas de Cali.

**EMPOS:** Empresas de Obras Sanitarias.

**EPB:** Empresas Públicas de Barranquilla.

**EPM:** Empresas Públicas de Medellín.

ESPO S.A: Empresa de Servicios Públicos de Ocaña S.A

FEN: Financiera Eléctrica Nacional.

FFM: Fondo de Fomento Municipal.

FINDETER: Financiera de Desarrollo Territorial.

ICEL: Instituto Colombiano de Energía Eléctrica.

INPES: Instituto Nacional para Programas Especiales de Salud.

ISA: Empresa de Interconexión Eléctrica S.A.

INSFOPAL: Instituto de Fomento Municipal.

INS: Instituto Nacional de Salud.

PES: Programas Especiales de Salud

PAS: Plan de Ajuste Sectorial.

SSPD: Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.

SPD: Servicios Públicos Domiciliarios.

SCISP: Servicio Cooperativo Interamericano de Salud Pública.

TELECOM: Empresa Nacional de Telecomunicaciones.

TPBC: Telefonía Pública Básica Conmutada.

## RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en la evaluación del nivel de satisfacción de los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos ESPO s.a. “ESP”, frente a los servicios prestados de acueducto, alcantarillado y aseo; con el objetivo de dar parámetros que contribuyan al mejoramiento de los procesos y así una mejor complacencia de los usuarios.

Se aplicó la metodología descriptiva, partiendo de la realización de encuestas a los usuarios en los distintos sectores de la ciudad. Por tal razón, el capítulo 1, refleja el resultado de las encuestas y la identificación de los distintos factores que influyen en la percepción del cliente.

El capítulo 2, se detalla el análisis realizado a cada uno de esos factores y su estado actual frente a los usuarios, asimismo se realiza una correlación con los criterios dados por el Modelo SERVQUAL de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry donde se desarrolló este instrumento para calificar la calidad del servicio, dando como resultado el nivel de satisfacción por cada servicio en específico.

Finalmente el capítulo 3, está enfocado a exponer estrategias de mejora, con el fin de contribuir al progreso en la organización ESPO S.A y asimismo mejorar la imagen de la empresa ante los usuarios, aumentando su nivel de satisfacción.

**Palabras Claves:** Evaluación, Satisfacción de Usuarios, Servicios Públicos, Estrategias.

## **INTRODUCCIÓN**

La evaluación de satisfacción, es importante para medir y conocer el agrado que tienen los usuarios frente a los servicios prestados por determinada empresa, de igual manera sirve de base para dar estrategias de mejora, sabiendo que el cliente es primordial en la organización.

Los servicios públicos, son un conjunto de actividades que realiza una organización estatal o privada, con el fin de suministrarlas a la comunidad y que faciliten su derecho a tener una vida digna, pues son esenciales para tener una buena calidad de vida y de igual forma constituye la base del desarrollo económico y social de la comunidad.

El proyecto fue realizado con el fin de evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos ESPO s.a. “ESP”, donde para esto se realizó una encuesta en la comunidad Ocañera y con base en ella se analizó, se interpretó dicha información y se dieron estrategias con el fin de mejorar cada uno de los procesos realizados en la empresa y de igual manera aumentar el nivel de satisfacción de los usuarios, brindándoles así una mejor calidad de vida.

# **1. EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Un cliente satisfecho es un factor importante para aumentar la competitividad de cualquier organización. Descubrir sus expectativas y necesidades es el trabajo de las organizaciones para lograr la satisfacción de sus clientes. Philip Kotler<sup>1</sup> define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Según Pizzo<sup>2</sup>, la calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

Un buen servicio al cliente logrará conseguir mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios, incremento de la demanda y la rentabilidad, un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario; menos quejas y reclamaciones y una mayor participación en el mercado.

Un mal servicio al cliente acarrea a la empresa problemas que si no son atendidos a tiempo pueden tener graves consecuencias debido a que los clientes son la esencia de la organización; algunos de los problemas que se puede tener son insatisfacción y pérdida de clientes, disminución de utilidades, estancamiento en el mercado, mala imagen en la sociedad, entre otras.

Se considera que el servicio al cliente es un factor clave al momento de competir en diferentes mercados.

Las empresas se deben caracterizar no solo por una alta calidad en sus bienes o servicios (entiéndase servicio como un producto), sino también por la calidad en el servicio ofrecido, la atención y el cumplimiento de las promesas hechas, lo que conllevará a garantizar en los clientes una satisfacción plena.

---

<sup>1</sup> Fundamentos de Marketing, de Kotler y Armstrong, 6ta Edición, Págs. 10, 11.

<sup>2</sup> PIZZO, M. (2013). "Construyendo una definición de Calidad en el Servicio". [En línea]. [Citado el 22 Febrero 2015] Disponible en: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/html>

El servicio es, en esencia el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.<sup>3</sup>

Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Brindar un excelente servicio consistente y coordinado constituye el mayor desafío de las empresas proveedoras de servicios públicos cuando tratan de vincularse con los clientes. Las empresas de servicios públicos están dando prioridad a la experiencia de sus clientes (incluyendo la facturación) y a la optimización de los canales de servicio, que es vista como un área clave para mejorar. Además, muchas interacciones de venta y de atención al cliente, que incluyen elementos de trabajo, fax, pagos y solicitudes de servicio, implican procesos comerciales de varios pasos con múltiples contactos con los clientes, departamentos internos y terceros.<sup>4</sup>

La empresa ESPO S.A. de la ciudad de Ocaña, quien suministra tres de los servicios públicos domiciliarios, los cuales son: Acueducto, Alcantarillado y Aseo; a gran parte de la comunidad Ocañera, pues son más de 20.000 usuarios divididos en 68 rutas que se están beneficiando con estos, tiene la necesidad de determinar el nivel de satisfacción de los consumidores que adquieren sus servicios, y que están clasificados de la siguiente manera: comercial, industrial, oficial y residencial este último estratificado; Para dar mayor calidad en cada uno de los servicios corrigiendo y solucionando los problemas que estén presentando y así dar mejoramiento continuo a los procesos de la empresa.

En anteriores años, estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña han realizado estudios con el mismo propósito en la empresa ESPO S.A, en el año 1998 está el trabajo titulado “ **Investigación de mercados para determinar el grado de aceptación en la prestación de servicios de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A**” por la estudiante de **Rincón Palacio, Yahandra** para la materia **Gerencia General** y en el año 2003 está el trabajo “ **Investigación de mercados para conocer el grado de aceptación de los programas Espofon, Espomecidion y Espoahorro de la empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A.**” por la estudiante **Santos Quintero Grease Kelly** para la materia **Gerencia General**. Donde se pueden tomar como base para comparar sus resultados con los que se quieren obtener en la nueva investigación.

---

<sup>3</sup> BOLAÑOS BARRERA Ricardo. “Pequeñas y medianas empresas, PyME” [En línea]: documento electrónico. 2005 [Citado el 22 Febrero 2015]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>

<sup>4</sup> GENESYS. “Energía y Servicios públicos” [en línea]: documento electrónico. 2014 [fecha de consulta: 25 Febrero 2015]. Disponible en: <http://www.genesys.com/es/solutions/industry/energy-utilities>

Aunque la empresa ESPO S.A tiene prácticamente el monopolio del mercado; no le beneficia tener usuarios inconformes con sus servicios prestados debido a que de allí depende la mala imagen que pueda tener la Empresa; dañando la credibilidad y tranquilidad de la comunidad Ocañera hacia la entidad.

Las normas sobre presentación, trámite y decisión de recursos se interpretarán y aplicarán teniendo en cuenta las costumbres de las empresas comerciales en el trato con su clientela, de modo que, en cuanto la ley no disponga otra cosa, se proceda de acuerdo con tales costumbres.

En la actualidad, ESPO S.A desconoce el grado de satisfacción de los usuarios, por lo tanto, se ve obligada a realizar una medición para emprender acciones que aumenten el nivel de satisfacción, así como los derechos de los usuarios, mejoramiento del servicio y el cumplimiento de las leyes que lo requieren.

## **1.2 OBJETIVO**

**1.2.1 Objetivo General.** Evaluar el grado de satisfacción de los usuarios de la empresa ESPO S.A., de la ciudad de Ocaña, mediante un trabajo de campo mancomunado; con el fin de hacer las recomendaciones pertinentes para mejorar sus servicios.

**1.2.2 Objetivos específicos.** Realizar un diagnóstico a través de encuestas a los usuarios de la empresa ESPO SA para Identificar los factores que caracterizan la prestación del servicio al cliente y su estado actual.

Analizar la percepción que tiene el cliente sobre los servicios recibidos por parte de ESPO SA.

Proponer alternativas y estrategias que permitan optimizar el servicio al cliente en pro de la satisfacción de los usuarios.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Las empresas prestadoras de servicios públicos tienen la obligación de responder a las necesidades de los clientes, pues requieren la mejor atención al adquirir un producto o servicio; de esta manera pueden evitarse infinidad de factores negativos dentro de la misma.

Empresas como ESPO S.A, dedicada a la prestación de servicios públicos domiciliarios de alcantarillado, acueducto y aseo en la comunidad Ocañera, tiene la necesidad de conocer el nivel de satisfacción de sus usuarios, que es una prioridad saber lo que piensa, siente, anhela o rechaza el usuario que adquiere cada servicio; con el fin de tener un mejoramiento continuo en su organización

Por lo tanto se realizará un estudio detallado mediante seguimientos, encuestas, entrevistas, capacitaciones o charlas, etc., con el objetivo de dar recomendaciones a cada uno de los directivos y funcionarios de la organización, y de esta manera se espera obtener la información que se requiere para que ellos con las bases suficientes puedan tomar buenas decisiones, obteniendo resultados satisfactorios, que den solución a este gran interrogante.

Con esta investigación la empresa ESPO S.A, podrá conocer el grado de satisfacción de los usuarios que adquieren sus servicios, mejorando su imagen frente a los consumidores y lograr una mayor aceptación e imagen en la comunidad; de igual manera este estudio será clave para esta empresa pues este deberá ser presentado a la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.

Para los estudiantes autores del estudio ayudará a aplicar los conocimientos obtenidos en el transcurso de la carrera, llevando la parte teórica a la práctica, logrando el título de Administradores de Empresas; asimismo contribuirá como soporte para mejorar las labores de la empresa y brindarles mayor satisfacción a los usuarios de la ESPO S.A.

## **1.4 DELIMITACIONES**

**1.4.1 Operativa.** Para la recopilación de la información se acudirá a la base de datos que tiene la Empresa para la aplicación de las encuestas, donde se pueden presentar inconvenientes en el análisis de la información por la veracidad de datos del mismo.

**1.4.2 Conceptual.** En este proyecto se desarrollará algunos aspectos relacionados con la satisfacción de los usuarios y calidad del servicio teniendo en cuenta los siguientes elementos conceptuales: Servicios Públicos, Calidad, Planificación, usuarios, clientes, Satisfacción, Demanda, Oferta, Competencia etc.

**1.4.3 Geográfica.** El proyecto se realizará en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander en los barrios donde se demande los servicios de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña, ESPO S.A.

**1.4.4 Temporal.** El tiempo estipulado para la entrega del proyecto a las directivas de la Universidad y de la Empresa ESPO. S.A es de 2 meses, a partir de su aprobación.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTORICO

**2.1.1 Historia de los servicios públicos a nivel mundial.**<sup>5</sup> La noción de servicio público nació y floreció en Francia caracterizada como actividad de determinado tipo realizada por la administración en forma directa, o indirectamente a través de concesionarios y fue el concepto que sirvió para la construcción del viejo derecho administrativo. La relación con el servicio público era lo que justificaba la competencia de los tribunales llamados contencioso administrativos, la naturaleza de contrato administrativo que asumían ciertos convenios con la administración, el régimen jurídico del dominio público, la monopolización del servicio o falta de libre competencia, etc.

Nuestra doctrina abrevaba en tales fuentes, pero nuestra jurisprudencia lo hacía en la estadounidense, que ni siquiera utilizaba tal noción sino que se refería al grado de regulación normativa que determinadas actividades privadas podían o debían tener. Posteriormente la noción fue perdiendo importancia hasta quedar restringida a mostrar un régimen jurídico especial en determinado tipo de actividad; pero como este régimen jurídico es contingente a políticas económicas que han sido cambiantes en el siglo XX, y vuelven a ser cambiantes en la primera década del siglo XXI en nuestro país, la noción también debe mutar, desaparecer o reaparecer según como se presente ese régimen jurídico en cada contexto económico temporal.

**2.1.2 Historia de los servicios públicos en Colombia.**<sup>6</sup> En Colombia, el desarrollo masivo del sector de SPD, (Servicios Públicos Domiciliarios) en términos de su cobertura y estructura institucional, obedece al crecimiento de la población urbana en el siglo XX. El modelo que dominaba, en primera instancia, se traduce en que la prestación de los servicios estaba a cargo del Estado, el cual respondía al modelo clásico de bienestar de orden keynesiano, en donde se fortalece un monopolio estatal del sector por lo menos hasta el inicio de las reformas institucionales generadas con la nueva Carta Constitucional de 1991.

A continuación, se evidenciarán de manera precisa y cronológica, los diferentes hechos en el desarrollo del sector de SPD, antes y después de la Constitución Nacional de Colombia de 1991.

---

<sup>5</sup> PISIER-KOUCHNER, Evelyne. "Le service public dans la théorie de l'Etat de León Duguit (El servicio público en la teoría del Estado de León Duguit)", [Citado el 25 de Febrero de 2015]. París, 1972, p. 17.

<sup>6</sup> TABARQUINO MUÑOZ, Raúl Andrés. "Los Servicios Públicos Domiciliarios En Colombia: Una Mirada Desde La Ciencia De La Política Pública Y La Regulación". [Citado el 25 de Febrero de 2015]. Colombia. Sine facta. P.15

### **2.1.2.1 Antes de La Constitución Política de 1991.<sup>7</sup>**

**1886.** Se crea la Junta Central de Higiene, encargada del control de las enfermedades epidémicas, saneamiento ambiental y, en particular, del control sanitario de los puertos. Dependiente del Ministerio de Gobierno (CINARA, 1994).

**1928.** Se expide la Ley 113 de energía eléctrica, que declaró de utilidad pública del aprovechamiento de la fuerza hidráulica y autorizaba la inclusión de partidas en el Presupuesto Nacional.

**1930.** Se ratifica la responsabilidad de los municipios para la gestión y provisión de los sistemas de acueducto y alcantarillado.

**1936.** El Gobierno Central creó la Sección Especial de Acueductos, dependiente del Ministerio de Obras Públicas, encargada de vigilar la ejecución de las obras de infraestructura sanitaria. Los municipios eran los encargados de administrar y conservar los acueductos y alcantarillados que servían a las poblaciones del país (CINARA, 1994).

**1940.** Se crea el Fondo de Fomento Municipal (FFM) (Decreto 503), adscrito al Ministerio de Hacienda, los asuntos técnicos eran atendidos por la Sección de Ingeniería Sanitaria del Ministerio de Trabajo, Higiene y Previsión Social.

**1942.** Creación del Servicio Cooperativo Interamericano de Salud Pública (SCISP) para atender los problemas de agua y saneamiento en el sector rural (CINARA, 1994).

**1946.** Se crea el Ministerio de Higiene y se le adscribe la Sección de Ingeniería Sanitaria y el SCISP (CINARA, 1994).

**1946.** La Ley 80 crea el Instituto Nacional de Aprovechamiento de Aguas y Fomento Eléctrico, primer instituto descentralizado del sector a nivel nacional.

**1947.** Se crea la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (TELECOM) en cumplimiento de la Ley 6 de 1943 con la que se nacionalizó el sector, se autorizó al gobierno para comprar las empresas existentes y crear una que unificara los servicios bajo el control estatal (ANDESCO y CEDE, 2004). De acuerdo con el estudio de ANDESCO y CEDE, la empresa se conformó a partir de la compra de activos de la Compañía Telefónica Central (primera empresa interdepartamental creada en 1929 por inversionistas extranjeros), integrando los servicios de larga distancia y asumiendo con los años la prestación del servicio de telefonía local y rural en algunas regiones del país.

**1950.** Se suprime el FFM y se funda el Instituto de Fomento Municipal (INSFOPAL) (Decreto 289), adscrito al Ministerio de Hacienda, como un organismo ejecutor y financiero

---

<sup>7</sup> Ibid., p. 19

del orden nacional, con fisonomía de establecimiento público descentralizado que, más adelante (Decreto 225 de 1.951), fue también administrador de los servicios públicos; se le encargó resolver los problemas de acueducto y alcantarillado de todas las poblaciones y zonas rurales del país y se le autorizó para realizar operaciones de crédito interno y externo (CINARA, 1994).

**1953.** Se transforma el Ministerio de Higiene en el Ministerio de Salud Pública (CINARA, 1994).

**1954.** Se inicia en todo el país la organización de los entes encargados de la gestión y prestación de los servicios públicos en todos los órdenes y clases, por la autorización conferida mediante el Acto Legislativo No 5, para la creación, por parte del legislativo de los departamentos y los municipios, de establecimientos públicos dentro de sus respectivos territorios (CINARA, 1994).

**1955.** Se agrupan los diversos institutos (el INSFOPAL, el Instituto de Crédito Territorial y el Instituto de Aguas y Fomento Eléctrico) en la Corporación Nacional de Servicios Públicos, con el fin de manejar integralmente los servicios públicos. Entidad de muy corta duración, disuelta a los dos años, por dificultades operativas, recuperando los institutos que lo integraron su independencia jurídica, económica y administrativa. En 1957, se liquidó esta corporación y nuevamente se reorganizó el INSFOPAL (Cuervo, 1988).

**1955.** Se crean las Empresas Públicas de Medellín (EPM); en 1960, las Empresas Públicas de Barranquilla (EPB); y, en 1961, las Empresas Públicas de Cali (EMCALI). Estas empresas eran de carácter autónomo tanto administrativa como financieramente, atribuyéndoles la prestación de la totalidad de los servicios de acueducto, alcantarillado, energía y teléfonos.

**1957.** Se reorganiza el INSFOPAL, dedicándose a la construcción, operación y mantenimiento de los acueductos y alcantarillados del país, se adscribe al Ministerio de Fomento (Desarrollo) y se le asignan facultades para fijar tarifas en los servicios públicos. Nacen las Sociedades de Acueductos y Alcantarillados (ACUAS), entidades conformadas con participación del Departamento, los Municipios y el INSFOPAL, con el fin de administrar y conservar las obras que éste último hacía en las poblaciones afiliadas, como respuesta a los deficientes servicios que prestaban los municipios, por su carencia de recursos financieros, de asistencia técnica y administrativa (CINARA, 1994).

**1964.** Desaparece el SCISP y se crea la unidad de Programas Especiales de Salud (PES) con inversiones en saneamiento básico rural (CINARA, 1994).

**1967 – 1968.** En lo concerniente a la regulación, podemos decir que con la expedición del Decreto Ley 3069 de ese mismo año, se dio el primer intento de ordenar, de manera general, las tarifas de servicios públicos, creándose la Junta Nacional de Tarifas de Servicios Públicos, adscrita al DNP con el fin de regular, vigilar y controlar la prestación y cobro de los servicios públicos por parte de las empresas municipales, regionales y

departamentales; la fijación de las tarifas se ordenó de acuerdo a las capacidades económicas de los diferentes sectores sociales, en donde el método elegido para señalar esas diferentes capacidades económicas fue el avalúo catastral, que se regía por el valor de las viviendas asumiendo que éste reflejaba de forma adecuada el nivel de ingreso de las familias. Este método no tardó en acarrear problemas, especialmente ligados a los procesos de comercialización de las viviendas como única mente de actualización del sistema. Es decir, mientras más reciente se hubiese realizado una transacción del inmueble, más se actualizaba y se incrementaba su valor, lo que llevó a profundas desigualdades ligadas a la presencia de tarifas bajas en viviendas de familias con alta capacidad de pago, pero sin transacción reciente; y tarifas altas en viviendas de familias pobres transadas recientemente (CINARA, 1994). El avalúo catastral, no obstante, se mantuvo en la estructura tarifaria durante 15 años, pues fue sólo hasta 1983 cuando la Ley 14 de ese año (Artículo 24) prohibió fijar las tarifas con base en éste. Se adoptó entonces un método diferente para señalar las distintas capacidades de ingreso, al cual se ligarían las tarifas: la Estratificación Socioeconómica de las viviendas. Sin embargo, en un principio, sólo el servicio de energía eléctrica fijó sus tarifas bajo este criterio.

**1968.** ELECTROAGUAS se transforma en el Instituto Colombiano de Energía Eléctrica (ICEL), al que se le atribuyó la labor de coordinación de todas las empresas de energía eléctrica del país, pero cuyas funciones también asumía la Empresa de Interconexión Eléctrica S.A. (ISA) (Rojas y González, 1988). ISA fue creada en 1967 como sociedad anónima con aportes de los grandes generadores de energía eléctrica (CVC, EPM, EEEB) para ofrecer la capacidad sobrante y llevarla a los territorios deficitarios.

**1968.** Se convierte al INSFOPAL en un instituto descentralizado con autonomía administrativa, adscrito al Ministerio de Salud, con responsabilidades de planificación, dotación y ejecución de obras en zonas de más de 2.500 habitantes. Se traslada la responsabilidad del saneamiento básico en municipios y localidades con poblaciones menores a los 2.500 habitantes al nuevo Instituto Nacional de Salud (INS), se crea el Programa Nacional de Saneamiento Básico Rural para la ejecución de obras en pequeñas poblaciones, el PES se convierte en el Instituto Nacional para Programas Especiales de Salud (INPES), con una División de Saneamiento Básico Rural.

**1975.** El INSFOPAL deja sus funciones de eran financiar, planificar, diseñar, construir, operar, mantener y administrar los servicios públicos en los municipios y se encarga de fijar las políticas del gobierno referentes a los acueductos, alcantarillados, mataderos, aseo público y plazas de mercado (Decreto 2804). Se convierte en una entidad asesora, financiera, coordinadora y vigilante de los organismos encargados de la ejecución de los programas de acueducto y alcantarillado (CINARA, 1994). Se obliga al INSFOPAL a la constitución de organismos operativos de carácter regional y local, los cuales debían ser los ejecutores de la prestación del servicio y organizarse bajo la forma de Empresas de Obras Sanitarias (EMPOS) o ACUAS, de tal manera que se reducen las funciones del instituto a intermediario financiero y asesor técnico (Cuervo, 1988). • 1975. En el sector eléctrico se crea CORELCA, encargada de la generación e interconexión de las térmicas en la Costa Caribe.

**1976.** Se transforman las ACUAS en organismos ejecutores EMPOS (Decreto 1157), por el desorden administrativo, el alto nivel de burocratización institucional y la atomización de recursos financieros que presentaban. Las EMPOS fueron de carácter regional o municipal, ejecutoras y administradoras de los servicios de acueducto, alcantarillado, aseo público, mataderos y plazas de mercado, bajo la dirección del INSFOPAL. Sin embargo, dicha transformación dio paso al centralismo de estos organismos, influyendo negativamente en el desarrollo y ejecución de los programas propuestos para la dotación de agua potable a los municipios que los conformaban. La forma de EMPOS no fue obligatoria, solamente los Departamentos del Valle del Cauca y Antioquia, decidieron no transformar sus ACUAS (ACUAVALLE y ACUANTIOQUIA, respectivamente), continuando con su modelo original de sociedades anónimas (CINARA, 1994).

**1982.** Se crea la Financiera Eléctrica Nacional (FEN), "para que permitiera captar el ahorro interno en el mercado abierto a través de la emisión de títulos y suscripción de otros documentos y mediante el crédito externo".

**1986.** El Gobierno Nacional, como respuesta a la necesidad de autonomía de los municipios, dicta las normas de descentralización administrativa (Ley 11 de 1986) y de fortalecimiento financiero (Ley 12 de 1986), con el fin de que puedan cumplir con la atención de las funciones administrativas, la prestación de los servicios y la ejecución de las obras a su cargo, promover el desarrollo de sus territorios y el mejoramiento sociocultural de sus habitantes, asegurar la participación efectiva de la comunidad en el manejo de los asuntos públicos de carácter local y propiciar la integración regional (CINARA, 1994).

**1987.** Se decreta la liquidación del INSFOPAL en un plazo de tres años y se crea la Dirección de Agua Potable y Saneamiento Básico en el Ministerio de Obras Públicas y Transporte, con el fin de investigar y promover planes y programas dentro del área (Decreto 77) y se le transfieren las funciones que venía desempeñando el INPES, promoviendo el programa de agua potable y saneamiento básico en los municipios menores y en las áreas rurales. Se devuelve a los municipios la responsabilidad de administrar sus sistemas. Se establece una estructura nacional de tarifas para el cobro de los servicios de acueducto y alcantarillado (Decreto 394).

**1989.** Se trasladan a los Departamentos las oficinas seccionales del INS, la División de Saneamiento Básico Rural pasa a la Dirección de Agua Potable y Saneamiento Básico del Ministerio de Obras Públicas, con las funciones de normalización técnica y manejo del sistema de información del sector. La planeación queda a cargo del DNP y la financiación de los programas queda en cabeza de la Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER). El Ministerio de Salud queda como responsable del control de la calidad del agua para consumo humano. Nace el Plan de Ajuste Sectorial (PAS) y se crea el AT-PAS como programa asesor nacional. Se establece el reglamento general para la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado en todo el territorio nacional (Decreto 951) (CINARA, 1994).

### **2.1.2.2 Después de La Constitución Política de 1991.<sup>8</sup>**

**1991.** La nueva Constitución Política de Colombia consolida el proceso de descentralización y otorga mayores responsabilidades a los municipios, sus aspectos relevantes se exponen en el Capítulo 1. En desarrollo de los Artículos 334 y 189, Ordinal 11 de la Constitución Política, se expide el Estatuto Nacional de Usuarios de los SPD (Decreto 1842), que define los derechos y deberes de los usuarios y de las empresas frente a la prestación de los servicios públicos (CINARA, 1994).

**1992.** Se decreta la liquidación de la Junta Nacional de Tarifas (Decreto 2167) y, en su reemplazo, se crea la Comisión Reguladora de Agua Potable y Saneamiento Básico (CRA), adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, encargada de la regulación para la prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, es decir, de elaborar la normatividad, regular los monopolios, fomentar la competencia, fijar las normas de calidad, diseñar planes de expansión, identificar fuentes de financiamiento y de subsidios y en fin, de orientar la gestión de los servicios. En este Ministerio, se crea también el Viceministerio de Vivienda, Desarrollo Urbano y Agua Potable y la Dirección Técnica de Agua Potable y Saneamiento Básico, encargado de dictar las normas y reglas de comportamiento a las entidades que presten los servicios, de tal forma que se creen y preserven las condiciones para la eficiencia y se prevengan los abusos con los usuarios, quedando de esta forma todo el sector de agua potable y saneamiento básico, bajo la tutela del Ministerio de Desarrollo Económico. Se promulga la Ley 80 – Estatuto de Contratación, para simplificar y agilizar los procedimientos de contratación y dar lugar a una mayor transparencia a los procesos respectivos, dado que los sistemas y reglamentos de contratación para el sector público eran causales de la ineficiencia estatal. Se expide la Ley 87 de Control Interno para aplicarse a todas las entidades públicas como sistema de control de actividades, operaciones, actuaciones, administración de información y recursos, con miras al logro de objetivos y metas definidos por cada entidad (CINARA, 1994).

**1994.** Se expide la Ley 142 que establece el régimen de prestación de los SPD, atendiendo el mandato constitucional.

**1995.** Entra en funcionamiento la SSPDD. Por delegación del Presidente de la República, este organismo ejercerá el supremo control, inspección y vigilancia sobre las empresas de servicios públicos, con relación al cumplimiento de las leyes, decretos, resoluciones, contratos, sistemas de información y contabilidad, sistema tarifario, aplicación de subsidios; además evaluará la gestión financiera, técnica y administrativa de los servicios en cada empresa (CINARA, 1994).

**1995.** La CRA expide la Resolución 08 de las cuales las entidades prestadoras del servicio público de acueducto con más de ocho mil usuarios "Por la cual se establecen los criterios y

---

<sup>8</sup> Ibid., p.19

se adopta la metodología con arreglo a los cuales las empresas de SPD de acueducto deben determinar las tarifas de prestación del servicio".

**1995.** La CRA expide la Resolución 09 por la cual las entidades prestadoras del servicio público de alcantarillado con más de ocho mil usuarios "Por la cual se establecen los criterios y se adopta la metodología con arreglo a los cuales las empresas de SPD de alcantarillado deben determinar las tarifas de prestación del servicio".

**1996.** La CRA expide la Resolución 15 de menos de ocho mil usuarios "Por la cual se establecen los criterios y se adopta la metodología con arreglo a los cuales las empresas de SPD de acueducto y alcantarillado con menos de ocho mil usuarios deben determinar las tarifas de prestación del servicio".

**1996.** La CRA expide la Resolución 19 de menos de ocho mil usuarios "Por la cual se establecen los criterios y se adopta la metodología con arreglo a los cuales las entidades prestadoras del SPD de aseo con menos de ocho mil usuarios deben determinar las tarifas de prestación del servicio ordinario".

**1996.** La CREG expide la Resolución 057 "Por la cual se establece el marco regulatorio para el servicio público de gas combustible por red y para sus actividades complementarias".

**1997.** La CRA expide la Resolución 15 de más de ocho mil usuarios "Por la cual se establecen las metodologías de cálculo de las tarifas máximas con arreglo a las cuales las entidades tarifarias locales deben determinar las tarifas de prestación del servicio ordinario de aseo y se dictan otras disposiciones".

**1997.** La CREG expide la Resolución 079 "Por la cual se adecua la Resolución CREG – 113 de 1996 a las decisiones en materia tarifaria".

**1997.** La CREG expide la Resolución 031 "Por la cual se aprueban las fórmulas generales que permiten a los comercializadores de electricidad establecer los costos de prestación del servicio a usuarios regulados en el Sistema Interconectado Nacional".

**1997.** La CREG expide la Resolución 083 "Por la cual se establece la fórmula general de costos y las fórmulas tarifarias de las actividades de los comercializadores mayoristas y distribuidores de los gases licuados de petróleo (GLP), y se dictan otras disposiciones".

**1997.** La CREG expide la Resolución 084 "Por la cual se establecen las fórmulas tarifarias por producto y transporte aplicables a los grandes comercializadores de los GLP, y se dictan otras disposiciones".

**1997.** La CRT expide la Resolución 087 "Por medio de la cual se regula en forma integral los servicios de Telefonía Pública Básica Conmutada (TPBC) en Colombia".

**1998.** La CRA expide la Resolución 069 "Por la cual se establece la metodología que deben aplicar las entidades tarifarias locales y entidades prestadoras de servicios públicos para determinar el costo del componente y el servicio de tratamiento y disposición final de residuos sólidos (CDT)".

**2001.** La CRA expide la Resolución 151 de 2001 "Regulación integral de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo".

**2002.** La CRT expide la Resolución 575 "Por la cual se modifica la numeración de la Resolución CRT 087 de 1997 y se actualizan sus modificaciones en un solo cuerpo resolutivo".

**2004.** La CRA expide la Resolución 287 "Por la cual se establece la metodología tarifaria para regular el cálculo de los costos de prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado".

**2005.** La CRA expide las Resoluciones 351 y 352 "Por las cuales se establecen los regímenes de regulación tarifaria a los que deben someterse las personas prestadoras del servicio público de aseo y la metodología que deben utilizar para el cálculo de las tarifas del servicio de aseo de residuos ordinarios y se dictan otras disposiciones".

**2.1.3 Historia de los servicios públicos en la ciudad de Ocaña.** En la ciudad de Ocaña existen tan solo dos empresas que ofrecen servicios públicos que son ESPO S.A y ADAMIUAIN E.S.P.

**2.1.3.1 Historia de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña (ESPO S.A.).<sup>9</sup>** En los inicios del año 1993 se elaboró un estudio del Plan Maestro de Acueducto y Alcantarillado de la ciudad de Ocaña a través del Plan de Ajuste Institucional, se concluyó que el establecimiento público denominado Empresa Municipal De Servicios Públicos de Ocaña, afrontaba serias dificultades de orden económico, financiero, operativo y laboral. Por tal razón y considerando la filosofía de un proyecto de Ley de Servicios Públicos que hiciera tránsito en aquel entonces en el Congreso de la República y que es hoy la Ley 142 de 1994, el Concejo Municipal autorizó al Alcalde de Ocaña para participar en la constitución de una sociedad por acciones que se encargara de la prestación de los servicios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo, a quien se le entregaría en calidad de arrendamiento los activos afectados en la prestación de los mencionados servicios (Acuerdo No. 16 del 13 de Julio de 1994).

Con la participación de muchas personas naturales y jurídicas, que creyeron en el proyecto y con la anuencia del Municipio de Ocaña, como arrendador de los bienes afectados a la

---

<sup>9</sup> ANGARITA, Liceth Tatiana y CORREA PATIÑO, Emilse. [En línea]. Práctica empresarial ESPO S.A Ocaña 1 de Dic. de 2008. Disponible en: <http://practiespo.blogspot.com/2008/11/espo-sa.html>.

prestación de los servicios públicos y accionista de la nueva Empresa, nace ESPO S.A. "E.S.P" como Sociedad Anónima, constituida mediante Escritura Publica No 246 del 13 de Octubre de 1994, otorgada en la Notaria Segunda de Ocaña debidamente inscrita en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Ocaña, bajo el No 613 del libro IX en la página No 40, con Matricula Mercantil No 49-004652-4. A través de una publicidad masiva e intensiva, utilizando los medios de comunicación locales y enviando información pertinente, mediante volantes anexos a las facturas de cobro de los servicios realizada durante un período de tres meses, se logró la aceptabilidad del proyecto por parte de la comunidad de usuarios y la adquisición de acciones de acuerdo con las condiciones establecidas que le dieron vida a ESPO S.A.

**2.1.3.2 Historia de La Asociación de Amigos Usuarios Acueducto Independiente Barrios Santa Clara, José Antonio Galán y Bermejál (ADAMIUAIN).**<sup>10</sup> Es una empresa de economía solidaria prestadora de servicios públicos sin ánimo de lucro; fundada el 11 de mayo de 1985 por iniciativa de un grupo de habitantes del sector Norte de la Ciudad de Ocaña, liderados por el señor Cristóbal Navarro, con el deseo de satisfacer la necesidad de agua potable de la comunidad.

Las comunidades de este sector sufrieron un poco más de 15 años por la escasez de agua, teniendo que acudir a las pozas más cercanas a recoger el preciado líquido que entonces era antihigiénico para el consumo diario. Es por eso que desde que conocieran el proyecto que se llevaría a cabo, quedaron comprometidas ochenta (80) familias que aportaron diez mil pesos (\$10.000) en efectivo y diecisiete (17) jornales de trabajo, y alguna de ellas hipotecaron sus viviendas para contribuir con el proyecto, además de los quinientos mil pesos (\$500.000) que aportó la gobernación del Norte de Santander. Con la suma de estos aportes se logró el tendido de la tubería desde la bocatoma, y la construcción del tanque de almacenamiento con capacidad para 792 m<sup>3</sup> de agua que se recogen en catorce (14) horas para ser distribuidas a novecientas veinticinco familias que reciben el servicio.

A partir de 1991 debido al corte de árboles en las montañas aledañas a la quebrada Brava que surte el acueducto, el caudal empieza a disminuir considerablemente en épocas de verano; esto hace que se organice una campaña de integración y concientización con los campesinos que habitan las riveras de la quebrada, haciéndoles entender el daño ocasionado por la tala de montes en los nacederos, afluentes y cauces.

Ante esta situación, se optó por que cada beneficiario del acueducto pagara un 30% sobre la tarifa por consumo de agua con destino a reforestación. Es así como en el año 1992 se empieza con la gestión más importante: reforestar, mantener y proteger los bosques; esto logra con recursos propios de la comunidad y hoy se pueden mostrar aproximadamente 900

---

<sup>10</sup> ADAMIUAIN E. S. P [En línea]. Reseña histórica de Adamiuain. Ocaña 2014 [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://adamiuain.com.co/historia.html>.

hectáreas de terreno de propiedad de la Asociación donde hay plantados más de ciento cincuenta mil (150.000) arbolitos en proceso de crecimiento, y en recuperación natural.

Posteriormente, se obtienen terrenos aledaños al tanque donde está proyectada la adecuación de un Bioparque que servirá de pulmón a la ciudad. Además se logró el cercado del lote, techado de la placa del tanque, y la adecuación y sistematización de la oficina.

ADAMIUAIN también ha contribuido con el desarrollo de la comunidad de la Ciudadela Norte: Jalonó la construcción y la adecuación del polideportivo en el sector de los Sauces en compañía de las acciones comunales de Santa Clara, José Antonio Galán y Bermejál, trayendo desarrollo y recreación para niños y jóvenes y adultos; también en conjunto con estas acciones comunales, se ha colaborado con tuberías de aguas servidas y pavimento en las calles. Ha realizado aportes a los centros educativos de Santa Clara, José Antonio Galán y Bermejál; ha colaborado con combustibles y algunos materiales para el arreglo de vías de las veredas el Danubio y Carrizal. En coordinación con el plan maestro de Acueducto y Alcantarillado se instalaron medidores para incentivar el ahorro de agua, sin olvidar que esto es una necesidad urgente. Buscando mejorar la calidad de vida de sus miembros, se proyectó y se construyó la planta de tratamiento de agua, gracias a la colaboración de entidades como el Comité de Cafeteros, la Alcaldía municipal, ECOPETROL, la Comunidad Económica europea y asociados de ADAMIUAIN.

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

**2.2.1 Servicios Públicos.**<sup>11</sup> Es la actividad desarrollada por una institución pública o privada con el fin de satisfacer una necesidad social determinada. Los servicios públicos son el conjunto de actividades y prestaciones permitidas, reservadas o exigidas a las administraciones públicas por la legislación en cada Estado, y que tienen como finalidad responder a diferentes imperativos del funcionamiento social, y, en última instancia, favorecer la realización efectiva de la igualdad y del bienestar social. Suelen tener un carácter gratuito, ya que los costes corren a cargo del Estado. Tienen una presencia especialmente significativa en los países que siguen modelos político-económicos orientados hacia el bienestar social, estado sociales, estado del bienestar, etc.

En la vida cotidiana de cualquier sociedad medianamente desarrollada podemos hallar innumerables servicios públicos, desde los más antiguos como el correo, hasta los más modernos y cuestionados como la televisión. Ellos son los siguientes:

Servicios de educación (escuelas, institutos, universidades)  
Empresas postales

---

<sup>11</sup> CAJAS MONAGO, Juan Alex. Ley Del Servicio Público.[En línea]. Sine facta. [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/230653585/Ley-Del-Servicio-Publico#scribd>.

Empresas de telefonía (comunicación)  
Empresas de gas y/o electricidad (energéticas)  
Empresas constructoras (carreteras, infraestructuras, puertos, rutas)  
Servicios bancarios

Hoy en día gracias a la tecnología podemos nombrar un número de empresas modernas considerables, desde radio emisoras y televisoras hasta empresas de acceso a Internet entre otras que podrían encuadrarse bajo la definición de servicio público, sin embargo hay quienes discrepan con su inserción en el mismo rubro.

**2.2.2 Calidad en el servicio al cliente.**<sup>12</sup> El servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso.

El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.

La definición de servicio al cliente sería la siguiente: “Todas las actividades a la empresa con sus clientes”.

Las actividades que comprende el servicio al cliente son las siguientes.

Actividades necesarias para asegurar que el producto/servicio se entrega al cliente en tiempo, unidades y presentación adecuados.  
Relaciones interpersonales establecidas entre la empresa y el cliente.  
Servicio de reparación, asistencia y mantenimiento postventa.  
Servicio de atención, información y reclamaciones de cliente.  
Departamento de recepción de pedidos de la empresa.

El servicio al cliente está constituido por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.

Todos los productos y servicios tienen cuatro dimensiones: genérica, esperada, aumentada y potencial.

El objetivo general es proporcionar a los participantes los conceptos básicos para lograr que la atención y el servicio que se brinda a los clientes sean de calidad excelente.

Como objetivos específicos es comprender los factores que hacen posible la integración del ser y como inciden en el trabajo que desempeñan, buscando un desarrollo profesional y personal; Comprender los conceptos claves sobre el ciclo de servicio. Practicar

---

<sup>12</sup> PAZ COUS, Renata. Servicio al Cliente: la comunicación y la Calidad del Servicio en la Atención al Cliente. IdeasPropias Editorial S.L. Pág. 18. 2005. España [Citado el 10 de Mayo de 2015].

el código de calidad en el servicio de la entidad. Fomentar una actitud positiva de servicio para dar excelencia.

**2.2.3 Planificación de Servicios Públicos.** En cuanto a la planificación de los servicios públicos se entiende que el encargado inmediato de esta función es El Estado, conforme a las reglas de competencia de que trata esta Ley, en el marco de lo dispuesto en los artículos 334, 336, y 365 a 370 de la Constitución Política, para los siguientes fines. (Ver página 20).

**2.2.4 Cliente y/o Usuario.**<sup>13</sup> Un cliente es aquella persona que adquiere un producto o servicio con frecuencia en algún establecimiento o empresa. El cliente por lo general es aquel que tiene fidelidad a una marca específica, y regresa de nuevo a comprar el producto porque ya ha tenido una experiencia agradable con el producto.

El consumidor es el que tiene el poder de definición y aceptación de los argumentos o razones de compra, sobre las cuales esta persona basa la decisión de compra de un producto o servicio. Se dice también que a esta persona van orientada las comunicaciones de mercadeo para lograr su convencimiento en un producto.

El comprador son todas aquellas personas que ejecutan el acto de compra, quienes físicamente van hasta el lugar en donde se realiza la transacción comercial y se pueden convertir en consumidores.

Y por último el usuario es para quién se crean los productos o servicios, son el objeto del diseño y la conformación de las características físicas y tangibles, dándole, las especificaciones de manufactura y la definición de sus componentes.

**2.3.5 Satisfacción del cliente.**<sup>14</sup> La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito.

Cliente, por otra parte, es la persona que realiza un determinado pago y accede a un producto o servicio. El cliente, por lo tanto, puede ser un usuario (quien usa un servicio), un comprador (el sujeto que adquiere un producto) o un consumidor (la persona que consume un servicio o producto).

La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor

---

<sup>13</sup> PRESIDENTE, Brisa. “Cliente + Consumidor + Comprador + Usuario”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <https://brisapresidente.wordpress.com/2011/08/27/cliente-consumidor-comprador-usuario-fidelidad/>

<sup>14</sup> \_\_\_\_\_. “Definición de Satisfacción del Cliente”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/#ixzz3djhjAHy>

posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al cliente es primordial para cualquier empresa. Los beneficios de la satisfacción al cliente son numerosos: un cliente satisfecho es fiel a la compañía, suele volver a comprar y comunica sus experiencias positivas en su entorno. Es importante, por lo tanto, controlar las expectativas del cliente de manera periódica para que la empresa esté actualizada en su oferta y proporcione aquello que el comprador busca.

**2.3.6. Demanda.**<sup>15</sup> Disposición de un agente económico para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado.

La cantidad demandada de un determinado bien o servicio depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencias de los consumidores. El precio es la variable que influye en la cantidad demandada de manera más relevante. La curva de demanda describe la relación decreciente entre cantidad demandada y precio (en el caso de bienes de demanda normal), esto es, las cantidades que los consumidores estarían dispuestos a adquirir de un producto concreto en función del precio que al mismo le fije el vendedor.

Se puede hablar de demanda de un consumidor o agente económico individual y de demanda de un determinado grupo de consumidores o de la totalidad del mercado, obtenida por agregación de las correspondientes demandas individuales.

**2.3.7. Oferta.**<sup>16</sup> Exposición pública que se hace de las mercancías en solicitud de venta. Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto

---

<sup>15</sup> \_\_\_\_\_. "Demanda". [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>

<sup>16</sup> \_\_\_\_\_. "Oferta". [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>

depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible.

Al igual que ocurre con la función de demanda, en la función de oferta se suele utilizar como única variable explicativa el precio del producto. La relación funcional entre la cantidad ofrecida y el precio del producto es siempre una relación creciente: a mayor precio, mayor es la cantidad de producto que la empresa está dispuesta a producir y vender. Para un precio dado, la empresa ofrecerá aquella cantidad de producto que le produzca el máximo beneficio. En un mercado de competencia perfecta el precio de venta del producto viene dado por el mercado.

**2.3.8. Competencia.**<sup>17</sup> La competencia es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los agentes económicos que, actuando independientemente, rivalizan buscando la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado.

La Constitución Nacional establece el principio de libre competencia como un derecho radicado en cabeza de todos los ciudadanos que supone responsabilidades y está sometido a los límites que establezca la ley.

El Derecho de Competencia se ocupa de la protección de los intereses de los consumidores y de la protección de la libre competencia en los mercados. Éstos se protegen mediante la prohibición de actos que se considera impiden la competencia y mediante la promoción y abogacía por un entorno competitivo.

## 2.3 MARCO TEORICO

Los servicios públicos, por estar destinados a la satisfacción de necesidades de carácter general, vienen a ser actividades también muy importantes, tratándose de servicios públicos propiamente dichos, están atribuidas a la administración pública, quien las puede realizar directamente, o de manera indirecta por medio de particulares, bajo un régimen jurídico especial exorbitante del derecho privado.

La esencia del servicio público es la aspiración solidaria de poner al alcance de todo individuo, al menor costo posible y bajo condiciones que garanticen su seguridad, el aprovechamiento de la actividad técnica satisfactoria de la necesidad de carácter general, en la que cada quien puede identificar su propia necesidad individual; mas esta idea no surge súbitamente, sino que resulta ser producto de un laborioso proceso teórico de elaboración en el que coparticipan la legislación, la jurisprudencia y la doctrina.

---

<sup>17</sup> SIC (Superintendencia de Industria y Comercio). "Definiciones sobre la Competencia". [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Colombia. Disponible en: <http://www.sic.gov.co/drupal/que-es-la-libre-competencia>

Respecto del servicio público se han elaborado muchas teorías y propuesto un gran número de definiciones, la similitud existente entre muchas de ellas permite advertir cuatro grandes vertientes en la formulación de la noción de servicio público, cada una de las cuales le asigna desigual dimensión y distinto peso; en razón de la importancia que confieren al servicio público, tratamos de resumirlas a continuación en orden decreciente.

a) Teoría propuesta por León Duguit, que considera al servicio público como toda actividad que deba ser asegurada, reglada y controlada por los gobernantes.

b) Teoría formulada por Gastón Jaze, conforme a la cual el servicio público viene a ser toda actividad de la administración pública.

c) Teoría promovida por Maurice Hauriou, que entiende al servicio público como una parte de la actividad de la administración pública.

d) Teorías que conceden escasa o ninguna importancia a la noción de servicio público, entre las que figura la presentada por Henri Berthlemy, para quien la noción de servicio público carece de importancia, por considerarla como un cajón de sastre donde se reúnen instituciones tan disímbolas como "una corte de apelación, una institución de beneficencia, una caja de ahorro, un ferrocarril metropolitano, la imprenta nacional, etc."<sup>18</sup>

La famosa Riqueza de las Naciones de Adam Smith (1776) hizo del servicio al cliente el centro de la teoría básica de la competencia. Si un dueño de una empresa o un gerente quiere tener éxito, esa persona tiene que estar muy involucrada con la satisfacción de las necesidades del cliente o el cliente irá a otra parte. Por lo tanto, las empresas que buscan ganar, independientemente de su motivación verdadera, se ven obligadas por la naturaleza del mercado para tratar a los clientes con respeto y buscar su lealtad y regresar los negocios.

El servicio al cliente es casi sinónimo de lealtad del cliente y la satisfacción de éste. Son eslabones de una cadena más amplia. El servicio al cliente es el que crea la satisfacción del cliente, y a su vez, crea la lealtad de éste.

Hay cinco características principales del servicio al cliente que llevan a la satisfacción. La firma debe ser confiable en sus servicios, tales como las entregas. Debe ser muy sensible a las necesidades del cliente y, por tanto, debe tratar de ser flexible. El cliente debe estar seguro de que la empresa es consistente en satisfacer las necesidades y mantener su parte del trato. El personal de la empresa debe ser empático con los clientes, creando relaciones y amistades reales para mantener a los clientes. Por último, los aspectos "tangibles" de la

---

<sup>18</sup> MUÑOZ GONZÁLEZ, Hugo Alejandro. Teoría del Servicio Público. [En línea]. Sine facta. [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: [http://deradmvo.blogspot.com/p/blog-page\\_2192.html](http://deradmvo.blogspot.com/p/blog-page_2192.html).

empresa deben estar en orden. Esto incluye el aspecto básico y la atmósfera de la planta física. Es necesario que brille, dando bienvenida y calidez. Debe ser un lugar cómodo para hacer negocios.

El servicio al cliente conduce a la lealtad del cliente. Esto se hace a través de lo que el experto en relaciones con los clientes, Maxine Kamin, llama la "ecuación de un servicio fantástico".<sup>19</sup> El primer paso es saludar al cliente, haciéndolo sentir como en casa. A continuación, las necesidades específicas del cliente deben ser determinadas. En tercer lugar, estas necesidades se deben cumplir de manera eficiente. El propósito aquí es crear una relación amistosa y personal que proporcione las asociaciones positivas entre el cliente y el establecimiento. Dichas necesidades satisfechas deben ser verificadas y comprobarse nuevamente para asegurarse de que nada se quede fuera. Por último, un servicio fantástico "deja la puerta abierta", por lo que el cliente tiene un incentivo para regresar. El beneficio para el cliente es una experiencia agradable y eficiente y la empresa acaba por reclutar a un cliente leal.

Según Kamin quien sostiene que la estructura básica de la satisfacción del cliente es que los fundamentos básicos son vistos al inicio: el medio ambiente o la disponibilidad de ayuda. Estas son las primeras impresiones que pueden afectar al resto de la experiencia. Pero una vez que las variables son atendidas, el cliente se preocupa por cosas más específicas, tales como la confiabilidad del personal, el precio, la amabilidad y la posibilidad de mantenimiento después de la compra. La experiencia del cliente, por lo tanto, va desde lo más general a lo más específico.<sup>20</sup>

La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente:

La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente sostiene que unas dimensiones de los productos o servicios están relacionadas con la satisfacción del cliente, y otras muy diferentes están relacionadas con la insatisfacción del cliente.

Swan y Combs (1976), Maddox (1981), Bitner, Booms y Tetreault (1990), y Silvestro y Johnston (1990) estudian la teoría de los dos factores en el ámbito de la satisfacción del cliente. Ninguna de estas 4 investigaciones concluye que existan dimensiones que sólo produzcan satisfacción o que sólo produzcan insatisfacción, aunque si hay dimensiones asociadas a la satisfacción o a la insatisfacción.

---

<sup>19</sup> \_\_\_\_\_. "Teoría de servicio al cliente". Sine Facta. Disponible en: <http://www.demseylets.com/teoria-de-servicio-al-cliente/>

<sup>20</sup> GONZÁLEZ MÉNEZ, Cesar Daniel. "Teoría del servicios al cliente". [En línea]. Disponible en: [http://www.ehowenespanol.com/teoria-del-servicios-cliente-sobre\\_99364/](http://www.ehowenespanol.com/teoria-del-servicios-cliente-sobre_99364/).

Aunque todos estos estudios utilizan el método del incidente crítico, el análisis de los datos realizados (y por tanto, las dimensiones obtenidas), los productos y/o servicios estudiados y los segmentos de clientes analizados son distintos.

Bitner, Booms y Tetreault (1990) y Silvestro y Johnston (1990), que sólo estudian servicios, analizan directamente la relación de esos aspectos de los servicios con la satisfacción y la insatisfacción del cliente, sin clasificarlos previamente en dimensiones instrumentales o simbólicas.

Bitner, Booms y Tetreault (1990), que se centra en las interacciones personales entre los clientes y los empleados de la línea caliente en contactos con 3 tipos de servicios distintos, identifica comportamientos y sucesos específicos, que describen los contactos satisfactorios e insatisfactorios con un servicio, más que dimensiones generales. En este estudio se encuentran relaciones estadísticamente significativas entre el tipo de incidente y los grupos y las categorías, que recogen los citados comportamientos y sucesos.

Silvestro y Johnston (1990) no valida las hipótesis de que hay dos tipos distintos de factores de calidad, higiénicos y de crecimiento, proponiendo un nuevo enfoque que sostiene la existencia de 3 tipos de factores de calidad: factores higiénicos (son factores que son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causará insatisfacción al cliente), factores de crecimiento (cuya prestación dará lugar a satisfacción en el cliente, y en los que un fallo en su prestación no causará necesariamente insatisfacción) y factores de doble umbral (factores que son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causará insatisfacción, y cuya prestación por encima de cierto nivel dará lugar a satisfacción en el cliente). Los autores también señalan que el analizar de forma conjunta sectores y segmentos de mercado muy dispares puede influir en la polarización satisfacción-insatisfacción de cada dimensión.<sup>21</sup>

## **2.4 MARCO LEGAL**

### **2.4.1 Ley 142 del 11 de Julio de 1994. Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones.**<sup>22</sup>

**Artículo 1. Ámbito de aplicación de la ley.** Esta Ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural; a las actividades que realicen las personas prestadoras de servicios públicos de que

---

<sup>21</sup> CARMONA LAVADO, A. y LEAL MILLÁN, A. La Teoría De Los Dos Factores En La Satisfacción Del Cliente. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa [En línea]. Disponible en: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v04/041053.pdf>.

<sup>22</sup> EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 142 De 1994. (11 de Julio de 1994). Por La Cual Se Establece El Régimen De Los Servicios Públicos Domiciliarios Y Se Dictan Otras Disposiciones. Régimen Legal de Bogotá D.C.

trata el artículo 15 de la presente Ley, y a las actividades complementarias definidas en el Capítulo II del presente título y a los otros servicios previstos en normas especiales de esta Ley.

**Artículo 2. Intervención del Estado en los servicios públicos.** El Estado intervendrá en los servicios públicos, conforme a las reglas de competencia de que trata esta Ley, para los siguientes fines:

Garantizar la calidad del bien objeto del servicio público y su disposición final para asegurar el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios.

Ampliación permanente de la cobertura mediante sistemas que compensen la insuficiencia de la capacidad de pago de los usuarios.

Atención prioritaria de las necesidades básicas insatisfechas en materia de agua potable y saneamiento básico.

Prestación continua e ininterrumpida, sin excepción alguna, salvo cuando existan razones de fuerza mayor o caso fortuito o de orden técnico o económico que así lo exijan.

Prestación eficiente.

Libertad de competencia y no utilización abusiva de la posición dominante.

Obtención de economías de escala comprobables.

Mecanismos que garanticen a los usuarios el acceso a los servicios y su participación en la gestión y fiscalización de su prestación.

Establecer un régimen tarifario proporcional para los sectores de bajos ingresos de acuerdo con los preceptos de equidad y solidaridad.

**Artículo 9. Derecho de los usuarios.** Los usuarios de los servicios públicos tienen derecho, además de los consagrados en el Estatuto Nacional del Usuario y demás normas que consagren derechos a su favor, siempre que no contradigan esta ley, a:

Obtener de las empresas la medición de sus consumos reales mediante instrumentos tecnológicos apropiados, dentro de plazos y términos que para los efectos fije la comisión reguladora, con atención a la capacidad técnica y financiera de las empresas o las categorías de los municipios establecida por la ley.

La libre elección del prestador del servicio y del proveedor de los bienes necesarios para su obtención utilización.

Obtener los bienes y servicios ofrecidos en calidad o cantidad superior a las proporcionadas de manera masiva, siempre que ello no perjudique a terceros y que el usuario asuma los costos correspondientes.

Solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que se realicen para la prestación de los servicios públicos, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley y se cumplan los requisitos y condiciones que señale la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.

**Artículo 11. Función social de la propiedad en las entidades prestadoras de servicios públicos (Reglamentado por el Decreto Nacional 2668 de 1999, Reglamentado por el Decreto Nacional 1987 de 2000).** Para cumplir con la función social de la propiedad, pública o privada, las entidades que presten servicios públicos tienen las siguientes obligaciones:

Asegurar que el servicio se preste en forma continua y eficiente, y sin abuso de la posición dominante que la entidad pueda tener frente al usuario o a terceros.

Abstenerse de prácticas monopolísticas o restrictivas de la competencia, cuando exista, de hecho, la posibilidad de la competencia.

Facilitar a los usuarios de menores ingresos el acceso a los subsidios que otorguen las autoridades.

Informar a los usuarios acerca de la manera de utilizar con eficiencia y seguridad el servicio público respectivo.

Cumplir con su función ecológica, para lo cual, y en tanto su actividad los afecte, protegerán la diversidad e integridad del ambiente, y conservarán las áreas de especial importancia ecológica, conciliando estos objetivos con la necesidad de aumentar la cobertura y la costeabilidad de los servicios por la comunidad.

Facilitar el acceso e interconexión de otras empresas o entidades que prestan servicios públicos, o que sean grandes usuarios de ellos, a los bienes empleados para la organización y prestación de los servicios.

Colaborar con las autoridades en casos de emergencia o de calamidad pública, para impedir perjuicios graves a los usuarios de servicios públicos.

Informar el inicio de sus actividades a la respectiva Comisión de Regulación, y a la Superintendencia de Servicios Públicos, para que esas autoridades puedan cumplir sus funciones.

Las empresas que a la expedición de esta Ley estén funcionando deben informar de su existencia a estos organismos en un plazo máximo de sesenta (60) días.

Las empresas de servicios serán civilmente responsables por los perjuicios ocasionados a los usuarios y están en la obligación de repetir contra los administradores, funcionarios y contratistas que sean responsables por dolo o culpa sin perjuicio de las sanciones penales a que haya lugar.

Las demás previstas en esta Ley y las normas concordantes y complementarias.

**Artículo 18. Objeto.** La Empresa de servicios públicos tiene como objeto la prestación de uno o más de los servicios públicos a los que se aplica esta Ley, o realizar una o varias de las actividades complementarias, o una y otra cosa.

Las comisiones de regulación podrán obligar a una empresa de servicios públicos a tener un objeto exclusivo cuando establezcan que la multiplicidad del objeto limita la competencia y no produce economías de escala o de aglomeración en beneficio del usuario. En todo caso, las empresas de servicios públicos que tengan objeto social múltiple deberán llevar contabilidad separada para cada uno de los servicios que presten; y el costo y la modalidad de las operaciones entre cada servicio deben registrarse de manera explícita.

Las empresas de servicios públicos podrán participar como socias en otras empresas de servicios públicos; o en las que tengan como objeto principal la prestación de un servicio o la provisión de un bien indispensable para cumplir su objeto, si no hay ya una amplia oferta de este bien o servicio en el mercado. Podrán también asociarse, en desarrollo de su objeto, con personas nacionales o extranjeras, o formar consorcios con ellas.

**Artículo 28. Redes.** Todas las empresas tienen el derecho a construir, operar y modificar sus redes e instalaciones para prestar los servicios públicos, para lo cual cumplirán con los mismos requisitos, y ejercerán las mismas facultades que las leyes y demás normas pertinentes establecen para las entidades oficiales que han estado encargadas de la prestación de los mismos servicios, y las particulares previstas en esta Ley.

Las empresas tienen la obligación de efectuar el mantenimiento y reparación de las redes locales, cuyos costos serán a cargo de ellas.

Las comisiones de regulación pueden exigir que haya posibilidad de interconexión y de homologación técnica de las redes, cuando sea indispensable para proteger a los usuarios, para garantizar la calidad del servicio o para promover la competencia. Pero en ningún caso exigirán características específicas de redes o sistemas más allá de las que sean necesarias para garantizar la interconectabilidad de servicios análogos o el uso coordinado de recursos. Las comisiones podrán exigir, igualmente, que la construcción y operación de redes y medios de transporte para prestar los servicios públicos no sea parte del objeto de las mismas empresas que tienen a su cargo la distribución y, además, conocerán en apelación

los recursos contra los actos de cualquier autoridad que se refieran a la construcción u operación de redes.

**Artículo 75. Funciones presidenciales de la Superintendencia de servicios públicos.** El Presidente de la República ejercerá el control, la inspección y vigilancia de las entidades que presten los servicios públicos domiciliarios, y los demás servicios públicos a los que se aplica esta Ley, por medio de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios y, en especial, del Superintendente y sus delegados.

**Artículo 76. Creación y naturaleza.** Créase la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, como un organismo de carácter técnico, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonial.

**Artículo 79. Funciones de la Superintendencia de Servicios Públicos Modificado por el art. 13 de la Ley 689 de 2001, Adicionado por el art. 96, Ley 1151 de 2007).** Las personas prestadoras de servicios públicos y aquellas que, en general, realicen actividades que las haga sujeto de aplicación de la presente Ley, estarán sujetos al control y vigilancia de la Superintendencia. Son funciones especiales de ésta las siguientes:

Vigilar y controlar el cumplimiento de las leyes y actos administrativos a los que estén sujetos quienes presten servicios públicos, en cuanto el cumplimiento afecte en forma directa e inmediata a usuarios determinados; y sancionar sus violaciones, siempre y cuando esta función no sea competencia de otra autoridad.

Vigilar y controlar el cumplimiento de los contratos entre las empresas de servicios públicos y los usuarios, y apoyar las labores que en este mismo sentido desarrollan los "comités municipales de desarrollo y control social de los servicios públicos domiciliarios"; y sancionar sus violaciones.

Establecer los sistemas uniformes de información y contabilidad que deben aplicar quienes presten servicios públicos, según la naturaleza del servicio y el monto de sus activos, y con sujeción siempre a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Definir por vía general las tarifas de las contribuciones a las que se refiere el artículo 85 de esta Ley; liquidar y cobrar a cada contribuyente lo que le corresponda.

Dar concepto a las comisiones y ministerios sobre las medidas que se estudien en relación con los servicios públicos.

Vigilar que los subsidios presupuestales que la Nación, los departamentos y los municipios destinan a las personas de menores ingresos, se utilicen en la forma prevista en las normas pertinentes.

Solicitar documentos, inclusive contables; y practicar las visitas, inspecciones y pruebas que sean necesarias para el cumplimiento de sus demás funciones.

Mantener un registro actualizado de las entidades que prestan los servicios públicos.

Tomar posesión de las empresas de servicios públicos, en los casos y para los propósitos que contemplan el artículo 59 de esta Ley, y las disposiciones concordantes.

Evaluar la gestión financiera, técnica y administrativa de las empresas de servicios públicos, de acuerdo con los indicadores definidos por las comisiones; publicar sus evaluaciones; y proporcionar en forma oportuna toda la información disponible a quienes deseen hacer evaluaciones independientes. El Superintendente podrá acordar con las empresas programas de gestión para que se ajusten a los indicadores que hayan definido las comisiones de regulación, e imponer sanciones por el incumplimiento.

Adjudicar a las personas que iniciaron, impulsaron o colaboraron en un procedimiento administrativo, tendiente a corregir violaciones de las normas relacionadas especialmente con los servicios públicos, una parte de las multas a la que se refiere el numeral 81.2. del artículo 81, para resarcirlos por el tiempo, el esfuerzo y los gastos y costos en que hayan incurrido o por los perjuicios que se les hayan ocasionado. Las decisiones respectivas podrán ser consultadas a la comisión de regulación del servicio público de que se trate. Esta adjudicación será obligatoria cuando la violación haya consistido en el uso indebido o negligente de las facturas de servicios públicos, y la persona que inició o colaboró en el procedimiento haya sido el perjudicado.

Verificar que las obras, equipos y procedimientos de las empresas cumplan con los requisitos técnicos que hayan señalado los ministerios.

Definir por vía general la información que las empresas deben proporcionar sin costo al público; y señalar en concreto los valores que deben pagar las personas por la información especial que pidan a las empresas de servicios públicos, si no hay acuerdo entre el solicitante y la empresa.

Organizar todos los servicios administrativos indispensables para el funcionamiento de la Superintendencia.

Dar conceptos, no obligatorios, a petición de parte interesada, sobre el cumplimiento de los contratos relacionados con los servicios a los que se refiere esta Ley; y hacer, a solicitud de todos los interesados, designaciones de personas que puedan colaborar en la mejor prestación de los servicios públicos o en la solución de controversias que puedan incidir en su prestación oportuna, cobertura o calidad.

**Artículo 135. De la propiedad de las conexiones domiciliarias.** La propiedad de las redes, equipos y elementos que integran una acometida externa será de quien los hubiere pagado, si no fueren inmuebles por adhesión. Pero ello no exime al suscriptor o usuario de las obligaciones resultantes del contrato y que se refieran a esos bienes.

Sin perjuicio de las labores propias de mantenimiento o reposición que sean necesarias para garantizar el servicio, las empresas no podrán disponer de las conexiones cuando fueren de propiedad de los suscriptores o usuarios, sin el consentimiento de ellos.

Lo aquí dispuesto no impide que se apliquen los procedimientos para imponer a los propietarios las servidumbres o la expropiación, en los casos y condiciones previstos en la ley.

**Artículo 136. Concepto de falla en la prestación del servicio.** La prestación continua de un servicio de buena calidad, es la obligación principal de la empresa en el contrato de servicios públicos.

El incumplimiento de la empresa en la prestación continua del servicio se denomina, para los efectos de esta Ley, falla en la prestación del servicio.

La empresa podrá exigir, de acuerdo con las condiciones uniformes del contrato, que se haga un pago por conexión para comenzar a cumplir el contrato; pero no podrá alegar la existencia de controversias sobre el dominio del inmueble para incumplir sus obligaciones mientras el suscriptor o usuario cumpla las suyas.

**Artículo 137. Reparaciones por falla en la prestación del servicio.** La falla del servicio da derecho al suscriptor o usuario, desde el momento en el que se presente, a la resolución del contrato, o a su cumplimiento con las siguientes reparaciones:

A que no se le haga cobro alguno por conceptos distintos del consumo, o de la adquisición de bienes o servicios efectivamente recibidos, si la falla ocurre continuamente durante un término de quince (15) días o más, dentro de un mismo período de facturación. El descuento en el cargo fijo opera de oficio por parte de la empresa.

A que no se le cobre el servicio de recolección, transporte y disposición final de residuos sólidos, si en cualquier lapso de treinta días la frecuencia de recolección es inferior al cincuenta por ciento (50%) de lo previsto en el contrato para la zona en la que se halla el inmueble.

A la indemnización de perjuicios, que en ningún caso se tasarán en menos del valor del consumo de un día del usuario afectado por cada día en que el servicio haya fallado totalmente o en proporción a la duración de la falla; más el valor de las multas, sanciones o recargos que la falla le haya ocasionado al suscriptor o usuario; más el valor de las inversiones o gastos en que el suscriptor o usuario haya incurrido para suplir el servicio.

La indemnización de perjuicios no procede si hay fuerza mayor o caso fortuito.

No podrán acumularse, en favor del suscriptor o usuario, el valor de las indemnizaciones a las que dé lugar este numeral con el de las remuneraciones que reciba por las sanciones impuestas a la empresa por las autoridades, si tienen la misma causa.

**Artículo 138. Suspensión de común acuerdo.** Podrá suspenderse el servicio cuando lo solicite un suscriptor o usuario, si convienen en ello la empresa y los terceros que puedan resultar afectados. De la misma manera podrán las partes terminar el contrato.

**Artículo 139. Suspensión en interés del servicio.** No es falla en la prestación del servicio la suspensión que haga la empresa para:

Hacer reparaciones técnicas, mantenimientos periódicos y racionamientos por fuerza mayor, siempre que de ello se dé aviso amplio y oportuno a los suscriptores o usuarios.

Evitar perjuicios que se deriven de la inestabilidad del inmueble o del terreno, siempre que se haya empleado toda la diligencia posible, dentro de las circunstancias, para que el suscriptor o usuarios puedan hacer valer sus derechos.

**Artículo 140. Suspensión por incumplimiento (Modificado por el art. 19 de la Ley 689 de 2001).** El incumplimiento del contrato por parte del suscriptor o usuario da lugar a la suspensión del servicio en los eventos señalados en las condiciones uniformes del contrato de servicios y en todo caso en los siguientes:

La falta de pago por el término que fije la entidad prestadora, sin exceder en todo caso de tres períodos de facturación, y el fraude a las conexiones, acometidas, medidores o líneas.

Es causal también de suspensión, la alteración inconsulta y unilateral por parte del usuario o suscriptor de las condiciones contractuales de prestación del servicio.

Durante la suspensión, ninguna de las partes puede tomar medidas que hagan imposible el cumplimiento de las obligaciones recíprocas tan pronto termine la causal de suspensión.

Haya o no suspensión, la entidad prestadora puede ejercer todos los demás derechos que las leyes y el contrato uniforme le conceden para el evento del incumplimiento.

**Artículo 141. Incumplimiento, terminación y corte del servicio.** El incumplimiento del contrato por un período de varios meses, o en forma repetida, o en materias que afecten gravemente a la empresa o a terceros, permite a la empresa tener por resuelto el contrato y proceder al corte del servicio. En las condiciones uniformes se precisarán las causales de incumplimiento que dan lugar a tener por resuelto el contrato.

Se presume que el atraso en el pago de tres facturas de servicios y la reincidencia en una causal de suspensión dentro de un período de dos años, es materia que afecta gravemente a la empresa, que permite resolver el contrato y proceder al corte del servicio.

La entidad prestadora podrá proceder igualmente al corte en el caso de acometidas fraudulentas. Adicionalmente, y tratándose del servicio de energía eléctrica, se entenderá que para efectos penales, la energía eléctrica es un bien mueble; en consecuencia, la

obtención del servicio mediante acometida fraudulenta constituirá para todos los efectos, un hurto.

La demolición del inmueble en el cual se prestaba el servicio permite a la empresa dar por terminado el contrato, sin perjuicio de sus derechos.

**Artículo 142. Restablecimiento del servicio (Modificado por el art. 39, Decreto Nacional 266 de 2000).** Para restablecer el servicio, si la suspensión o el corte fueron imputables al suscriptor o usuario, éste debe eliminar su causa, pagar todos los gastos de reinstalación o reconexión en los que la empresa incurra, y satisfacer las demás sanciones previstas, todo de acuerdo a las condiciones uniformes del contrato.

Si el restablecimiento no se hace en un plazo razonable después de que el suscriptor o usuario cumpla con las obligaciones que prevé el inciso anterior, habrá falla del servicio.

**Artículo 143. Verificación del cumplimiento.** En todo caso tanto las empresas como los suscriptores o usuarios podrán exigir la adopción de medidas que faciliten razonablemente verificar la ejecución y cumplimiento del contrato de condiciones uniformes.

**Artículo 147. Naturaleza y requisitos de las facturas.** Las facturas de los servicios públicos se pondrán en conocimiento de los suscriptores o usuarios para determinar el valor de los bienes y servicios provistos en desarrollo del contrato de servicios públicos.

En las facturas en las que se cobren varios servicios, será obligatorio totalizar por separado cada servicio, cada uno de los cuales podrá ser pagado independientemente de los demás con excepción del servicio público domiciliario de aseo y demás servicios de saneamiento básico. Las sanciones aplicables por no pago procederán únicamente respecto del servicio que no sea pagado.

En las condiciones uniformes de los contratos de servicios públicos podrá preverse la obligación para el suscriptor o usuario de garantizar con un título valor el pago de las facturas a su cargo.

**Artículo 152. Derecho de petición y de recurso.** Es de la esencia del contrato de servicios públicos que el suscriptor o usuario pueda presentar a la empresa peticiones, quejas y recursos relativos al contrato de servicios públicos.

Las normas sobre presentación, trámite y decisión de recursos se interpretarán y aplicarán teniendo en cuenta las costumbres de las empresas comerciales en el trato con su clientela, de modo que, en cuanto la ley no disponga otra cosa, se proceda de acuerdo con tales costumbres.

**Artículo 153. De la oficina de peticiones y recursos.** Todas las personas prestadoras de servicios públicos domiciliarios constituirán una "Oficina de Peticiones, Quejas y Recursos", la cual tiene la obligación de recibir, atender, tramitar y responder las peticiones

o reclamos y recursos verbales o escritos que presenten los usuarios, los suscriptores o los suscriptores potenciales en relación con el servicio o los servicios que presta dicha empresa.

Estas "Oficinas" llevarán una detallada relación de las peticiones y recursos presentados y del trámite y las respuestas que dieron.

Las peticiones y recursos serán tramitados de conformidad con las normas vigentes sobre el derecho de petición.

**Artículo 155. Del pago y de los recursos.** Ninguna empresa de servicios públicos podrá exigir la cancelación de la factura como requisito para atender un recurso relacionado con ésta. Salvo en los casos de suspensión en interés del servicio, o cuando esta pueda hacerse sin que sea falla del servicio, tampoco podrá suspender, terminar o cortar el servicio, hasta tanto haya notificado al suscriptor o usuario la decisión sobre los recursos procedentes que hubiesen sido interpuestos en forma oportuna.

Sin embargo, para recurrir el suscriptor o usuario deberá acreditar el pago de las sumas que no han sido objeto de recurso, o del promedio del consumo de los últimos cinco períodos.

#### **2.4.2 Estatutos de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña S.A “ESP” ESPO S.A. Escritura Pública N° 246 del 13 de Octubre de 1994.<sup>23</sup>**

**Artículo 3.** El objeto social de la empresa es la prestación de los servicios públicos domiciliarios definidos por el artículo 1 de la Ley 142 del 11 de julio de 1994 o la realización de una o varias de las actividades complementarias de dichos de servicios, al tenor de lo establecido por el artículo 18 de la misma ley, pudiendo abarcar cualquier Municipio o área del territorio Colombiano. Los servicios públicos domiciliarios que hacen parte del objeto social de la Empresa se consideran servicios públicos esenciales para los efectos de la aplicación del inciso primero del Artículo 56 de la Constitución Nacional. Igualmente, la empresa podrá participar en la creación de otras sociedades mercantiles o vincularse a las ya existentes que desarrollen actividades afines, complementarias o que en forma directa tengan a su cargo labores que apoyen el desenvolvimiento de su objeto social o que ejecuten actividades correspondientes a servicios públicos domiciliarios. La empresa podrá en desarrollo de su objeto social adquirir, gravar y enajenar bienes muebles e inmuebles, corporales e incorporales, cuya adquisición, gravamen o venta sean necesarios; así como celebrar todo acto o contrato que tienda al cumplimiento del objeto social. También se cuenta dentro del objeto social de ESPO S.A “E.SP.” el colocar o tomar dinero a interés, en cuanto fuere necesario o conveniente para el desarrollo de los negocios sociales, el comprar y vender inmuebles. La sociedad en desarrollo de su objeto social tendrá en cuenta la aplicación del derecho privado en todos sus actos y contratos y acatará la expresa prohibición de ejercer prácticas discriminatorias, abusivas o restrictivas y la

---

<sup>23</sup> Estatutos de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña S.A “ESP” ESPO S.A. [Citado el día 3 de Febrero de 2015]. Escritura Pública N° 246 del 13 de Octubre de 1994.

imperativa obligación de buscar entre el público las mejores condiciones, asegurando la concurrencia de oferentes en todos los casos.

**Artículo 66.** La totalidad de los contratos que celebre la Empresa se someterán a las normas del Derecho Privado, salvo el contrato de conexión, y a las estipulaciones que consagren las comisiones reguladoras. La Empresa en todos los actos y contratos que celebre con los suscriptores, deberá evitar privilegios y discriminaciones injustificadas, y abstenerse de toda práctica que tenga la capacidad, el propósito o el efecto de generar Competencia desleal o de restringir en forma indebida la competencia. Así mismo, la Empresa en todos los actos y contratos, cuyo principal objetivo sea la adquisición de bienes o servicios provistos por terceros, habrá de proceder en forma tal que asegure la posibilidad de concurrencia a eventuales contratistas, en igualdad de condiciones.

**Artículo 67.** En desarrollo del contrato de servicios públicos los usuarios pueden presentar a la Empresa peticiones, quejas y recursos, los cuales serán tramitados de conformidad al derecho de petición. Para los recursos de reposición y apelación, que surjan en desarrollo del contrato de servicios públicos, los usuarios deben presentarlos dentro de los cinco días siguientes a aquél en que la Empresa ponga el acto en conocimiento del suscriptor o usuario, en la forma prevista en las condiciones uniformes del contrato, sin que deba presentarse personalmente o hacerse representar por abogado. La apelación se presentará ante la Superintendencia de Industria y Comercio hasta el 30 de junio de 1995 ante la Superintendencia de Servicio Públicos, a partir de tal fecha.

### 3. DISEÑO METODOLOGICO

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La propuesta se llevará a cabo con base a la investigación cuantitativa de tipo descriptiva, porque se necesita desglosar el problema delimitado en partes comprensibles, con cuya interpretación global se puedan extraer conclusiones que den respuesta a las dificultades; en la que se utilizan magnitudes numéricas con mucha claridad en cada uno de los elementos de la investigación que conforman el problema, para finalmente obtener resultados de tipo descriptivo y generalizados.

Según Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer “el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.”<sup>24</sup>

#### 3.2 POBLACIÓN

Para el desarrollo de la evaluación, se determinó que la población objeto de estudio consta de 27374 unidades familiares quienes son las que conforman los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña (ESPO S.A.).

#### 3.3 MUESTRA

**Tabla 1:** Población de Estudio.

| <b>ESTRATOS</b>    | <b>NUMERO DE VIVIENDAS</b> |
|--------------------|----------------------------|
| <b>RESIDENCIAL</b> |                            |
| Estrato 1          | 10411                      |
| Estrato 2          | 7746                       |
| Estrato 3          | 5207                       |
| Estrato 4          | 1692                       |
| <b>Total</b>       | <b>25056</b>               |
| <b>COMERCIAL</b>   |                            |

<sup>24</sup>DEOBOLD B., Van Dalen y MEYER, William J. La investigación descriptiva. [En línea]. [citado 10 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>>

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| <b>Total</b>           | 2133         |
| <b>INDUSTRIAL</b>      |              |
| <b>Total</b>           | 26           |
| <b>OFICIAL</b>         |              |
| <b>Total</b>           | 159          |
| <b>Total Población</b> | <b>27374</b> |

**Fuente:** Base de datos de ESPO S.A. (Actualizada Año 2015)

Por considerarse la primera población demasiado numerosa, se estima conveniente aplicarla siguiente formula, para poder establecer el tamaño de la muestra:

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

Donde:

n = Muestra

N = Población dada en el estudio = 27374

Zc = Nivel de Confianza = 95% = 1,96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Margen de error = 5% = 0.05

$$n = \frac{27374(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(27374 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{26289,9896}{69,3929}$$

n = 378

F=n/N

F=378/27374= 0.013808723

**Tabla 2:** Población-Muestra

| <b>ESTRATOS</b> | <b>NUMERO DE VIVIENDAS</b> |
|-----------------|----------------------------|
|                 | <b>RESIDENCIAL</b>         |
| Estrato 1       | 0.013808723*10411=143      |
| Estrato 2       | 0.013808723*7746=106       |
| Estrato 3       | 0.013808723*5207=71        |
| Estrato 4       | 0.013808723*1692=23        |

|                      |                             |
|----------------------|-----------------------------|
| Total                | $0.013808723 * 25056 = 345$ |
| <b>COMERCIAL</b>     |                             |
| Total                | $0.013808723 * 2133 = 29$   |
| <b>INDUSTRIAL</b>    |                             |
| Total                | $0.013808723 * 26 = 1$      |
| <b>OFICIAL</b>       |                             |
| Total                | $0.013808723 * 159 = 3$     |
| <b>Total Muestra</b> | <b>378</b>                  |

**Fuente:** Base de datos de ESPO S.A. (Actualizada Año 2015)

### 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información será recolectada utilizando fuentes primarias por los responsables de este proyecto, utilizando como instrumento de consulta, la encuesta en forma directa a la población objeto de estudio, a través de un cuestionario previamente elaborado y estructurado, el cual será de gran ayuda para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el presente trabajo de grado.

Como fuentes secundarias, se acudirá a la revisión documental como medio para recopilar información necesaria para la presente propuesta de evaluación de la satisfacción de los usuarios de la empresa ESPO S.A de la ciudad de Ocaña.

### 3.5 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACION RECOLECTADA

Se realizará de manera cuantitativa, el cual consiste en el registro de resultados numéricos en tablas y/o cuadros, verificando frecuencia de respuestas y los respectivos porcentajes de participación.

Cualitativamente con la interpretación de los resultados numéricos, analizando las variables que están incidiendo en dichas tendencias.

### 3.6 ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.6.1 Actividades de fundamentación conceptual. Revisión de literatura.

- Lectura crítica y analítica.
- Elaboración del marco histórico.
- Elaboración del marco conceptual.
- Elaboración del marco legal.

#### 3.6.2 Actividades de Fundamentación Diagnóstica. Diseño de instrumentos.

- Aplicación de instrumentos.
- Procesamiento y análisis de la información.

**3.6.3 Actividades operacionales.** Realizar un diagnóstico a la empresa ESPO SA para identificar los factores que caracterizan la prestación del servicio al cliente y su estado actual.

Analizar la percepción que tiene el cliente sobre los servicios recibidos por parte de ESPO SA.

Proponer alternativas y estrategias que permitan optimizar el servicio al cliente en pro de la satisfacción de los usuarios.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

**CAPÍTULO 1. Realizar un diagnóstico a través de encuestas a los usuarios de la empresa ESPO S.A., para identificar los factores que caracterizan la prestación del servicio al cliente y su estado actual.**

**4.1 Análisis de la encuesta.** Al aplicar la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

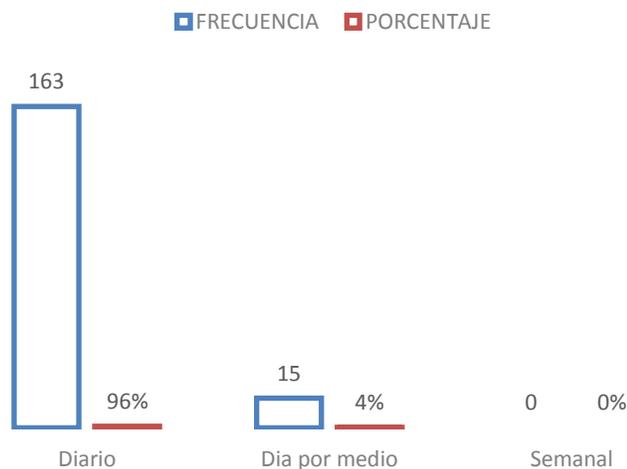
### SERVICIO DE ACUEDUCTO

**Tabla 3:** Frecuencia del servicio de agua

| ITEM          | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------|------------|-------------|
| Diario        | 363        | 96%         |
| Día por medio | 15         | 4%          |
| Semanal       | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>  | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 1:** Frecuencia del servicio de agua.



**Fuente:** Autores del proyecto

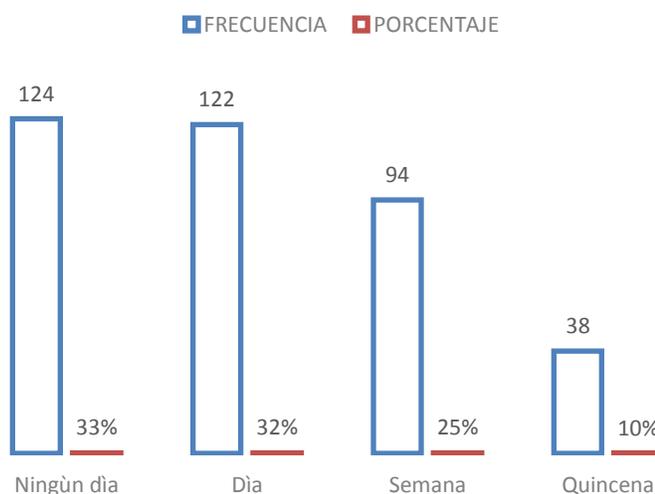
Dada la información que arroja el resultado, el nivel de servicio de ESPO SA en relación a la frecuencia del suministro del servicio de agua está en un 96%. Significa que los encuestados califican la frecuencia de este servicio excelentemente.

**Tabla 4:** Suspensión del servicio de agua

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Ningún día   | 124        | 33%         |
| Día          | 122        | 32%         |
| Semana       | 94         | 25%         |
| Quincena     | 38         | 10%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 2:** Suspensión del servicio de agua.



**Fuente:** Autores del proyecto

Los resultados de esta pregunta, hacen referencia a que el 33% de los usuarios no tienen suspensiones del servicio de agua; mas sin embargo, el 32% establece que la suspensión es diaria seguido por el 25% que establece que la suspensión es semanal.

Los datos encontrados en la tabla No 4, demuestran una contradicción con los datos encontrados en la tabla No 3, aunque los usuarios consideran que el suministro del servicio es continuo, en su mayoría también manifiestan que se crean suspensiones diarias y semanales.

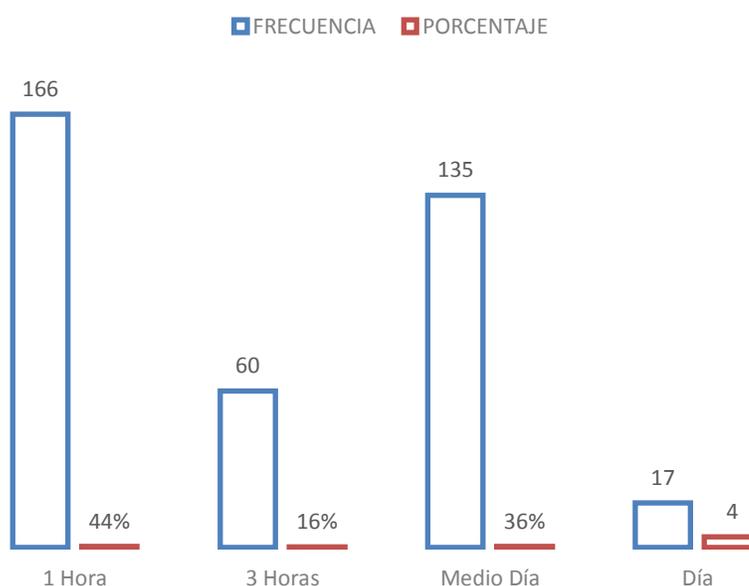
Los niveles de cobertura de agua potable por parte de ESPO S.A E.S.P es del 96% no es eminente la existencia de la suspensión de este servicio, que para el 67% de los encuestados han tenido cortes diario, semanal y quincenal.

**Tabla 5:** Tiempo de suspensión del servicio de agua

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| 1 Hora       | 166        | 44%         |
| 3 Horas      | 60         | 16%         |
| Medio Día    | 135        | 36%         |
| Día          | 17         | 4%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 3:** Tiempo de suspensión del servicio de agua.



**Fuente:** Autores del proyecto

De acuerdo al análisis de la tabla 4, donde se establece que los usuarios perciben que la frecuencia del suministro del servicio es excelente, pero donde manifiestan que hay suspensiones diarias y semanales, estas suspensiones son mayormente de 1 a 3 horas, por lo que el desarrollo de las actividades de los usuarios no se ve afectado.

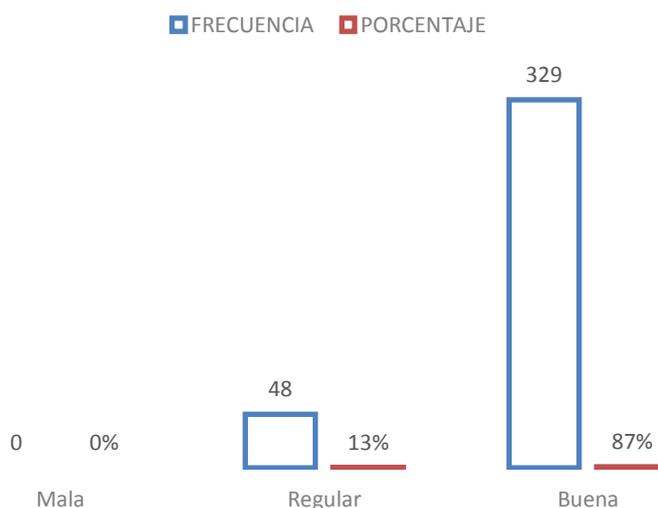
Para los encuestados la frecuencia del servicio de agua potable es excelente, sin embargo se presentan suspensiones que pueden ser diarias, semanales o quincenales; pero estas pueden tan solo ser de 1 hora, 3 horas, en el peor de los casos medio día o todo el día con un 20%.

**Tabla 6:** Calidad del agua.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Mala         | 0          | 0%          |
| Regula       | 49         | 13%         |
| Buena        | 329        | 87%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 4:** Calidad del agua.



**Fuente:** Autores del proyecto

La calidad del agua es uno de los factores más relevantes dentro de este estudio, a pesar que se presentan suspensiones, ciertamente para los encuestados el 87% la definen como buena, mientras que el 13% regular, denotando que hay satisfacción en su mayoría por los usuarios en cuanto a la calidad de agua que llega constantemente a sus casas y que asimismo es utilizada en pro de sus labores diarias.

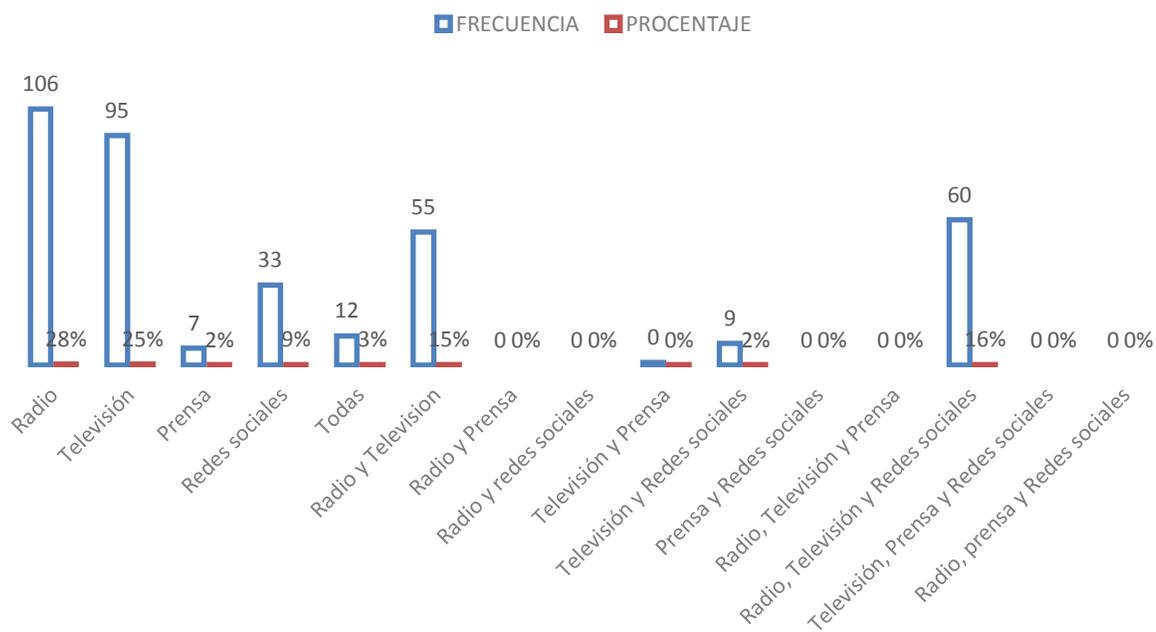
**Tabla 7:** Información de la suspensión del servicio de agua.

| ITEM               | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|------------|
| Radio              | 106        | 28%        |
| Televisión         | 95         | 25%        |
| Prensa             | 7          | 2%         |
| Redes sociales     | 33         | 9%         |
| Todas              | 12         | 3%         |
| Radio y Televisión | 55         | 15%        |

|                                     |            |             |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Radio y Prensa                      | 0          | 0%          |
| Radio y redes sociales              | 0          | 0%          |
| Televisión y Prensa                 | 0          | 0%          |
| Televisión y Redes sociales         | 9          | 2%          |
| Prensa y Redes sociales             | 0          | 0%          |
| Radio, Televisión y Prensa          | 0          | 0%          |
| Radio, Televisión y Redes sociales  | 60         | 16%         |
| Televisión, Prensa y Redes sociales | 0          | 0%          |
| Radio, prensa y Redes sociales      | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>                        | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 5:** Información de la suspensión del servicio de agua.



**Fuente:** Autores del proyecto

Para los usuarios es importante estar informados de los cortes o suspensiones que tienen frente al servicio de agua. Como se encuentra en la tabla No 2 y 3, estas suspensiones son realizadas con frecuencia y en ocasiones por prolongados horarios, es oportuno para los usuarios los avisos de suspensión, esto los prepara para enfrentar las tareas que realizan a diario, según su opiniones y la accesibilidad que tienen a los medios propuestos más seleccionados son la radio y la televisión.

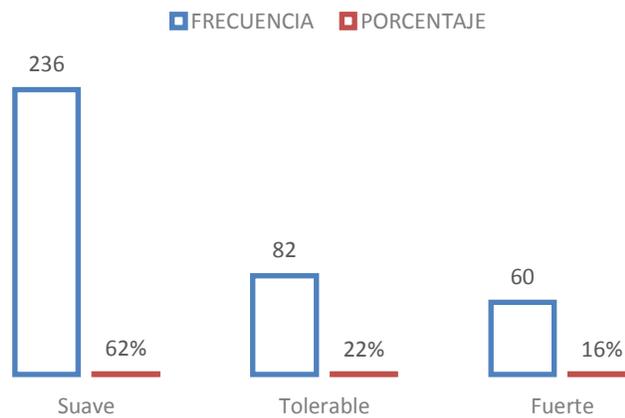
## SERVICIO DE ALCANTARILLADO

**Tabla 8:** Presencia de malos olores.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Suave        | 236        | 62%         |
| Tolerable    | 82         | 22%         |
| fuerte       | 60         | 16%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 6:** Presencia de malos olores.



**Fuente:** Autores del proyecto

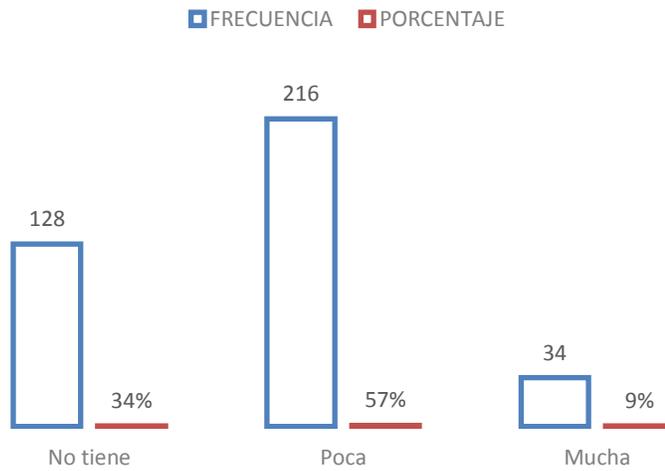
La presencia de malos olores atribuye efectos adversos a la salud, provocando síntomas y enfermedades a la población. Según los encuestados manifiestan que hay presencia de malos olores en los alcantarillados en un gran porcentaje suave 62%, mientras que un 22% que es tolerable y un 16% fuerte, no obstante podemos concluir que en cualquiera de los casos hay presencia de estos.

**Tabla 9:** Basura en el alcantarillado.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| No tiene     | 128        | 34%         |
| Poca         | 216        | 57%         |
| Mucha        | 34         | 9%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 7:** Basura en el alcantarillado.



**Fuente:** Autores del proyecto

Según los datos arrojados por la encuesta, se puede observar que hay presencia de basuras en el alcantarillado, este factor puede ser la causa de malos olores manifestadas en la tabla No 8. El 66% de los usuarios expresaron que hay basuras en las alcantarillas ya sea poca o mucha y solo un 34% afirman que no lo hay.

Tomando en cuenta que existen elementos biodegradables, reciclables, incinerables, industriales, especiales y hospitalarios o sanitarios, así como las aguas negras y las aguas grises que deben tener un tratamiento para evitar la contaminación ambiental y la insalubridad pública ciudadana.<sup>25</sup>

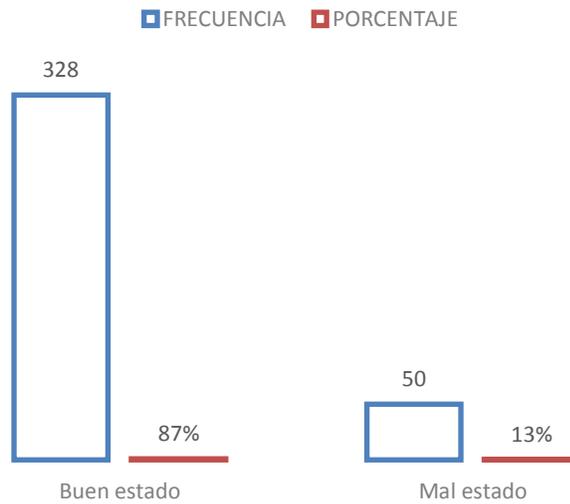
**Tabla 10:** Estado rejillas del alcantarillado.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Buen estado  | 328        | 87%         |
| Mal estado   | 50         | 13%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

<sup>25</sup> LAZZO VALERA, Jorge. “La basura y otros malos olores”. La patria: periódico de circulación nacional. (Citado el 14 de Octubre de 2015). Disponible en: <http://www.lapatriaenlinea.com/?t=la-basura-y-otros-malos-olores&nota=113962>.

**Ilustración 8:** Estado rejillas del alcantarillado.



**Fuente:** Autores del proyecto

Aunque se encuentran basuras en las alcantarillas, el estado de estas según la información dada es favorable, debido a que los usuarios manifiestan en un 87% que están en buen estado, mientras que solo un 13% expresaron lo contrario.

Por tal razón, se establece que la presencia de basuras en las alcantarillas no está dado por el mal estado de la red de alcantarillado sino por falta de cultura de la población, que arrojan basuras con frecuencia a las alcantarillas.

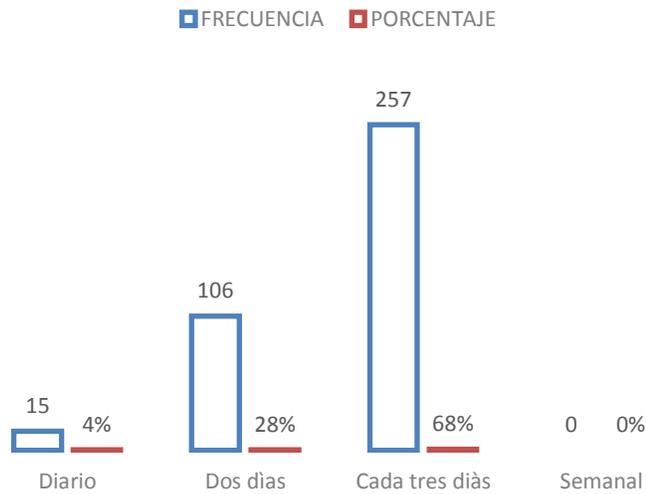
**SERVICIO DE ASEO**

**Tabla 11:** Frecuencia del servicio de aseo.

| ITEM           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|----------------|------------|-------------|
| Diario         | 15         | 4%          |
| Dos días       | 106        | 28%         |
| Cada tres días | 257        | 68%         |
| Semanal        | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>   | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 9:** Frecuencia del servicio de aseo.



**Fuente:** Autores del proyecto

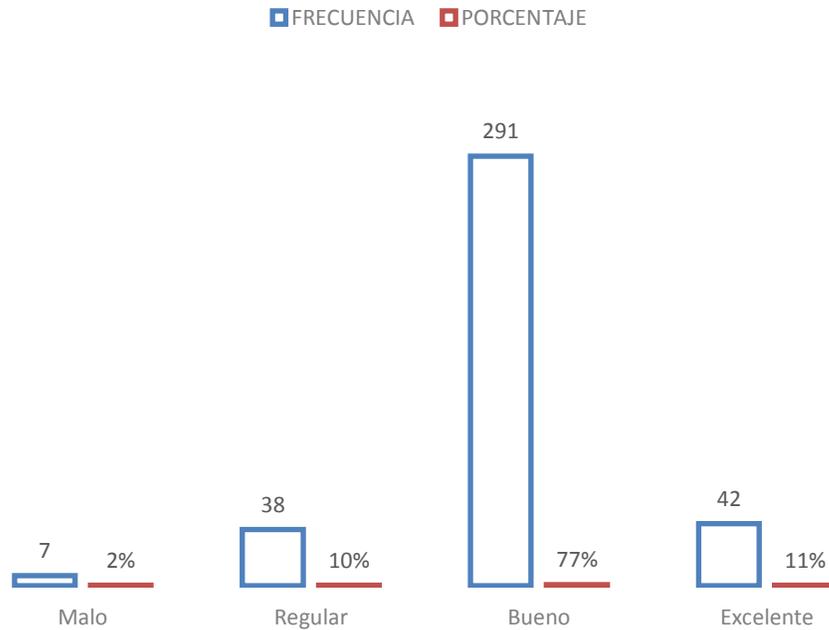
Teniendo en cuenta que la frecuencia de recolección es alta, se puede determinar que los datos encontrados en la tabla No 9 donde se evidencia que los usuarios manifiestan que hay basuras en el alcantarillado, esto es debido a que podrían incurrir en factores culturales, donde la población arroja basuras a la calle, es decir falta de cultura ciudadana, por ende, aunque la frecuencia de recolección de basuras por medio de rutas, camiones, barrenderos es alta, este servicio no es suficiente para recoger las basuras que la población arroja a las alcantarillas

**Tabla 12:** Horario de recolección de basuras.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Malo         | 7          | 2%          |
| Regular      | 38         | 10%         |
| Bueno        | 291        | 77%         |
| Excelente    | 42         | 11%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 10:** Horario de recolección de basuras.



**Fuente:** Autores del proyecto

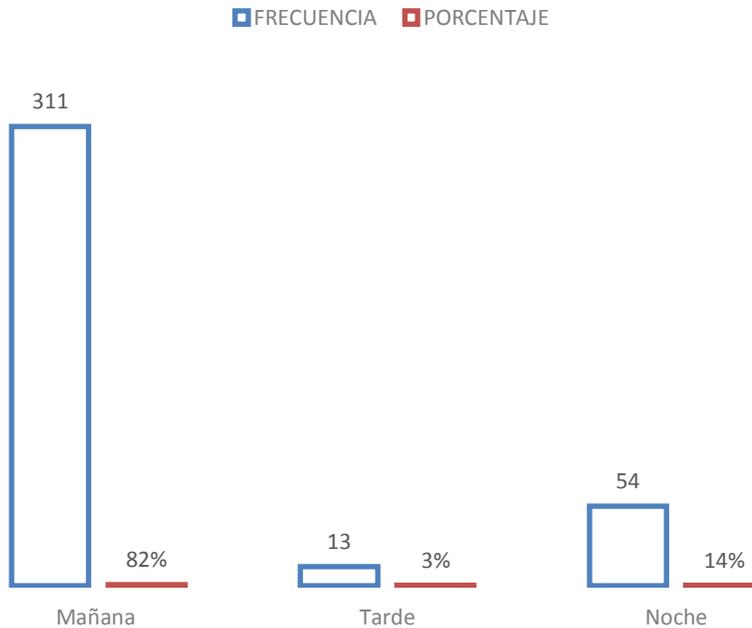
Según los encuestados manifiestan en gran medida que el horario habitual donde se les recogen las basuras es bueno y excelente, mientras que solo 12% de estos no están satisfechos por las horas en el que el servicio de aseo pasa por su barrio manifestando que este ha sido regular y en el mínimo de los casos malo.

**Tabla 13:** Preferencias de horario de recolección.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Mañana       | 311        | 82%         |
| Tarde        | 13         | 3%          |
| Noche        | 54         | 14%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 11:** Preferencias de horario de recolección.



**Fuente:** Autores del proyecto

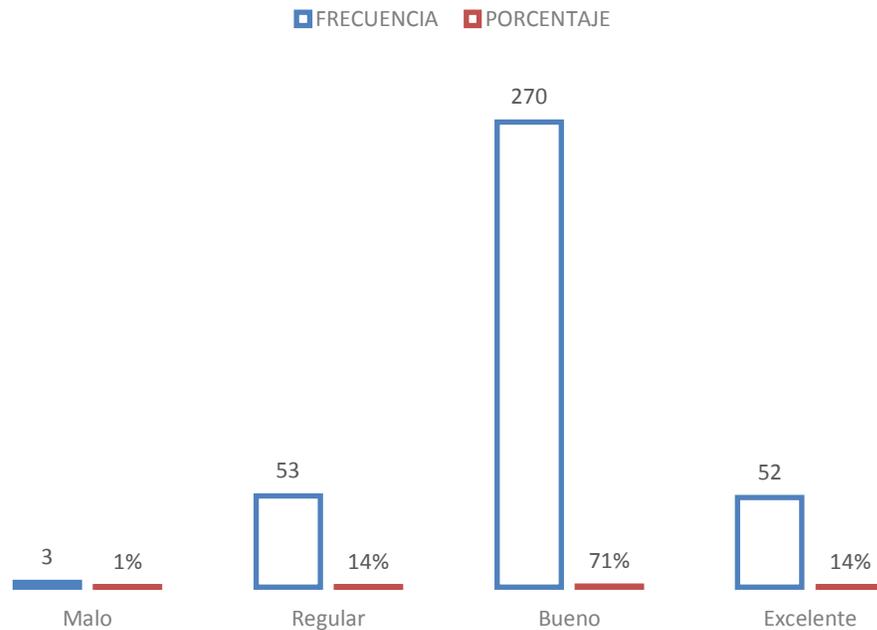
La comodidad y preferencia que los usuarios tienen para organizar sus basuras y sacarlas es 82% en la mañana, esto se debe por la carga laboral que las personas tienen y los cuales en otros horarios se les dificulta hacerlo, asimismo el impacto visual que hay en la comunidad es menor debido a que las basuras no dañan la imagen de la ciudad, por eso se encuentra en segunda prioridad pero ya con un mínimo porcentaje lo cual es un 14% que el servicio de aseo sea en las noches, mientras que solo un 4% desea que este sea en las tardes.

**Tabla 14:** Cumplimiento de los horarios.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Malo         | 3          | 1%          |
| Regular      | 53         | 14%         |
| Bueno        | 270        | 71%         |
| Excelente    | 52         | 14%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 12:** Cumplimiento de los horarios.



**Fuente:** Autores del proyecto

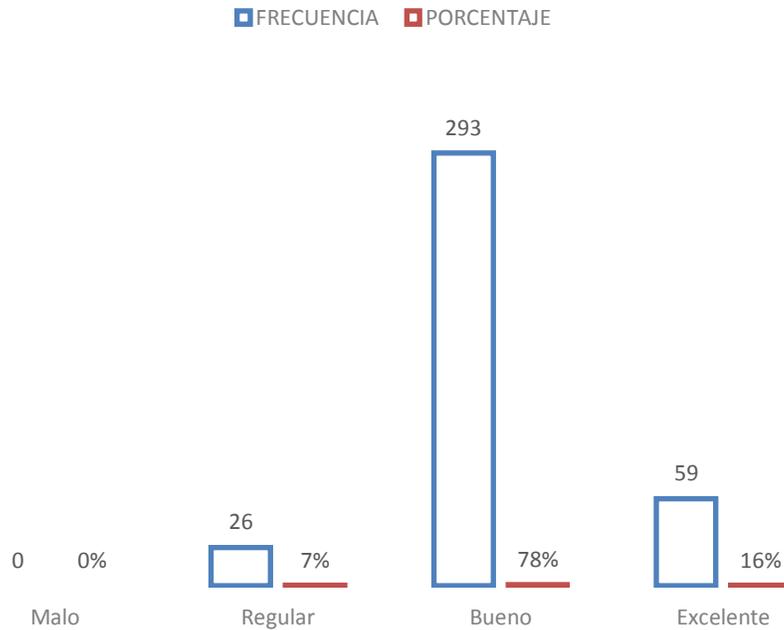
El estricto cumplimiento de los horarios en el servicio de aseo es fundamental para el buen desarrollo de la comunidad, las basuras deterioran la imagen de la ciudad y asimismo perjudican la salud de los habitantes. Los datos arrojados por la encuesta, evidencian que la empresa está cumpliendo en gran porcentaje con los horarios establecidos, un 14% manifiestan que es excelente y un 71% manifiestan que es bueno el desempeño, sin embargo hay un 15% de los usuarios que se están inconformes de la impuntualidad en el servicio de aseo.

**Tabla 15:** Calificación del servicio de aseo.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Malo         | 0          | 0%          |
| Regular      | 26         | 7%          |
| Bueno        | 293        | 78%         |
| Excelente    | 59         | 16%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 13:** Calificación del servicio de aseo.



**Fuente:** Autores del proyecto

Referente al servicio de aseo, se puede deducir que los usuarios están satisfechos con este, pues un 77% expresan que es bueno este servicio y un 16% que es excelente, no obstante hay un pequeño porcentaje como lo es un 7% que no están complacidos con este servicio esto podría ser por el incumplimiento de los horarios que se pudo observar en la tabla N°14.

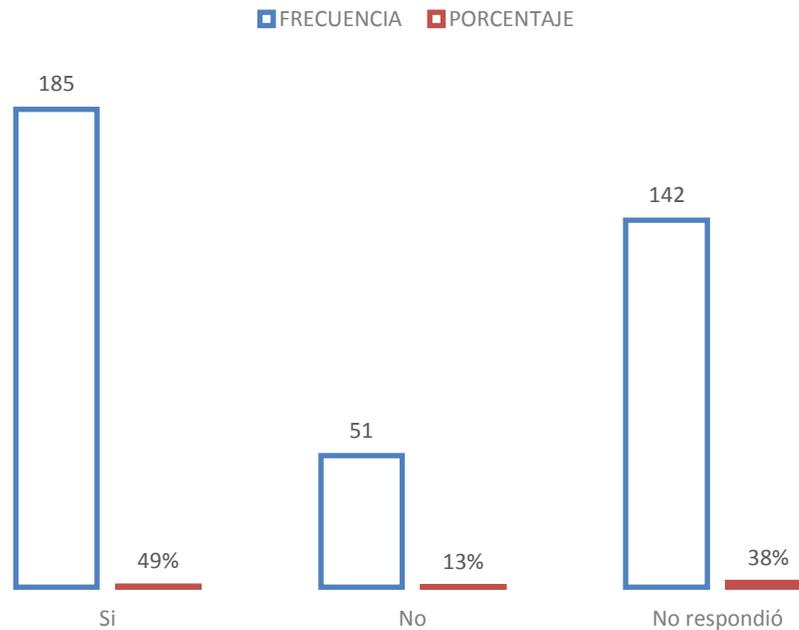
**ATENCIÓN AL CLIENTE**

**Tabla 16:** Respuesta satisfactoria a la solicitud.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 185        | 49%         |
| No           | 51         | 13%         |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 14:** Respuesta satisfactoria a la solicitud.



**Fuente:** Autores del proyecto

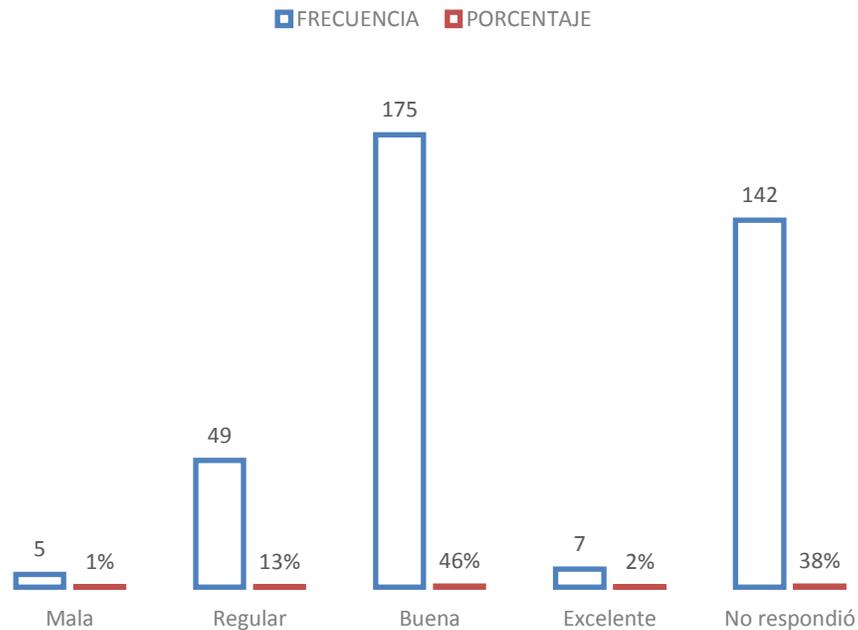
Esta pregunta es muy importante en cuanto a la atención al cliente, pues en cierta medida tiene gran relevancia en la satisfacción del usuario, por lo señalado en la encuesta, se encuentra que un 38% no ha tenido ese contacto telefónicamente o personalmente con la empresa lo que se puede concluir que están satisfechos con el servicio que al empresa presta; en aquel porcentaje restante que si ha tenido diferentes motivos para acercarse a la empresa un 49% ha tenido una respuesta satisfactoria a sus inquietudes mientras que un 13% manifiestan que no están satisfechos con la atención prestada en las oficinas, pues no dan respuesta oportuna y clara a sus requerimientos.

**Tabla 17:** Atención brindada.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Mala         | 5          | 1%          |
| Regular      | 49         | 13%         |
| Buena        | 175        | 46%         |
| Excelente    | 7          | 2%          |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 15:** Atención brindada.



**Fuente:** Autores del proyecto

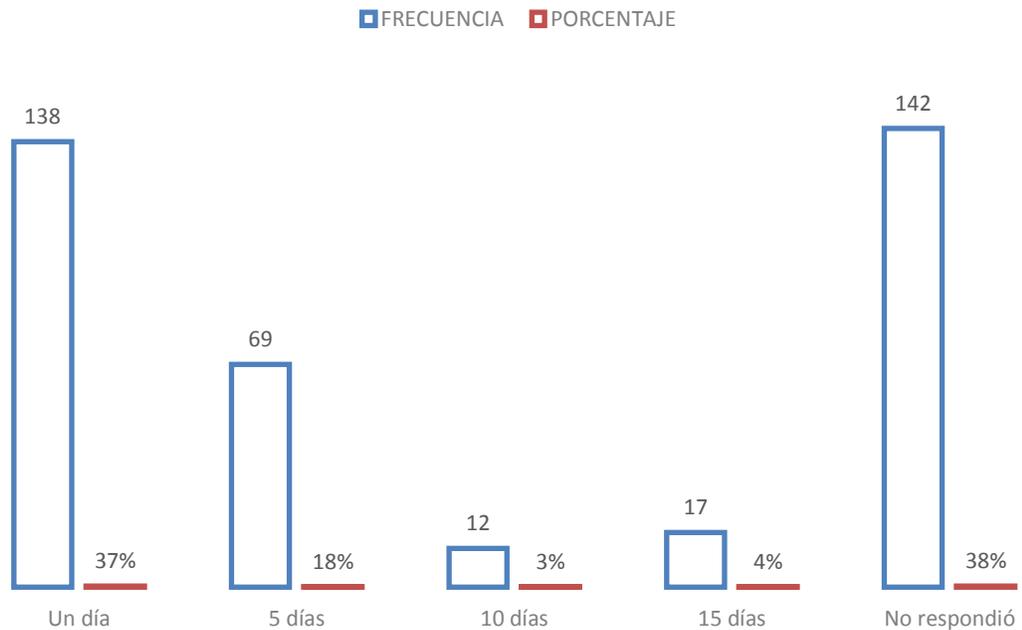
El personal de la empresa requiere ser cortés y respetuoso con los usuarios no solo los que se encuentran dentro de las instalaciones sino aquellos que tienen relación fuera de ella, según los usuarios la atención que brinda el personal es excelente en un 2% y buena en un 46%, sin embargo hay un 14% que no están conformes con el trato recibido por los empleados, viendo la tabla N° 16 se puede deducir que son aquellos usuarios que no recibieron una buena atención y por lo tanto un buen resultado a su petición.

**Tabla 18:** Tiempo de respuesta.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Un día       | 138        | 37%         |
| 5 días       | 69         | 18%         |
| 10 días      | 12         | 3%          |
| 15 días      | 17         | 4%          |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 16:** Tiempo de respuesta.



**Fuente:** Autores del proyecto

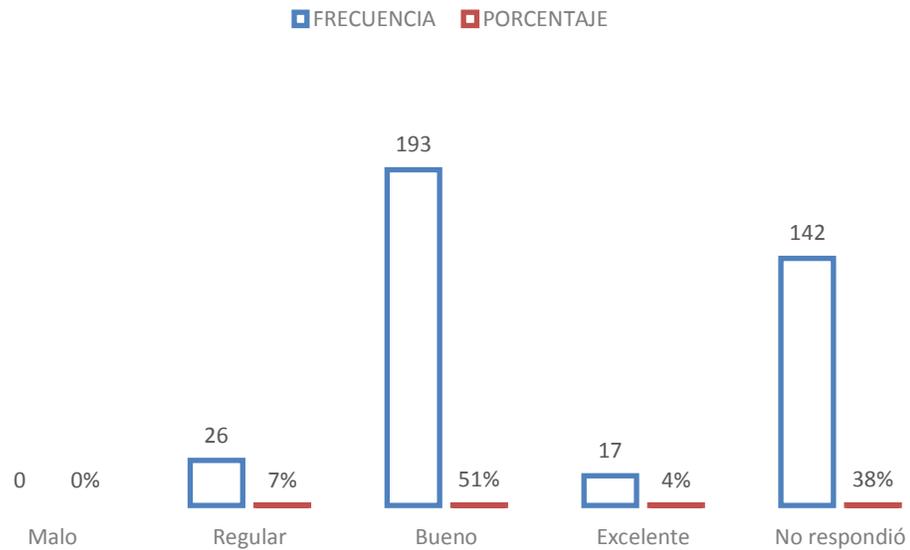
La capacidad de respuesta es fundamental para que los usuarios tengan una buena imagen de la empresa, encontramos que en un 37% las solicitudes de los clientes fueron resultas en tan solo un día y en un 18% en cinco días lo que equivale a una semana, asimismo encontramos que en un 7% las peticiones de los usuarios fueron solucionadas en mayor tiempo, ya sea 10 o 15 días.

**Tabla 19.** Horarios de atención.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Malo         | 0          | 0%          |
| Regular      | 26         | 7%          |
| Bueno        | 193        | 51%         |
| Excelente    | 17         | 4%          |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 17:** Horarios de atención.



**Fuente:** Autores del proyecto

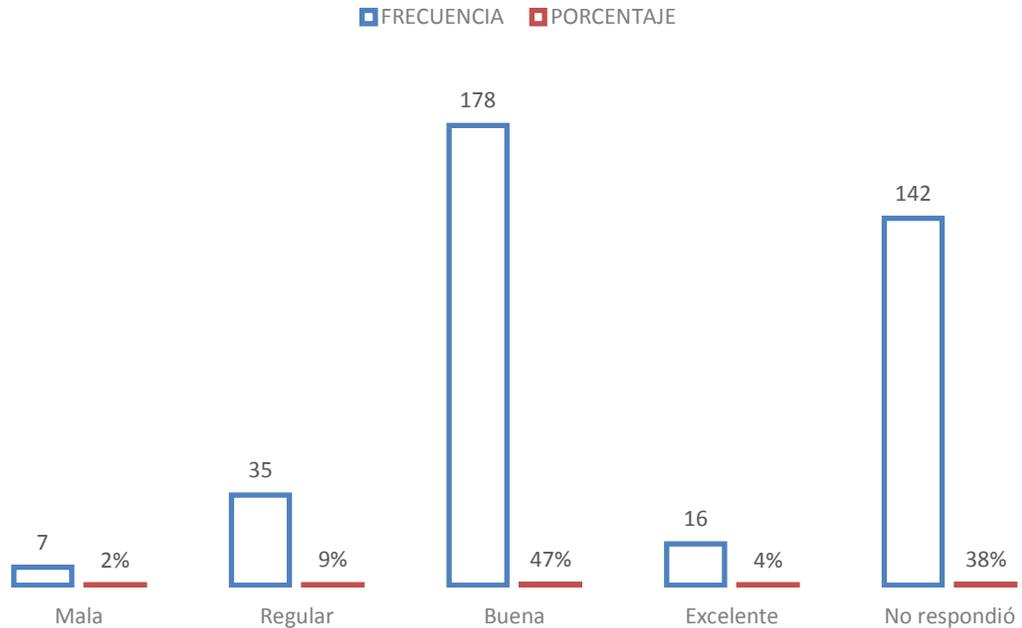
Lo horarios que actualmente la empresa tiene son excelentes para la mayoría de los usuarios encuestados, manifestando que estos se cumplen normalmente pues son respetados, puntuales y a la vez son adecuados y solo unos pocos usuarios manifiestan que no están de acuerdo con los horarios establecidos para atender a los usuarios.

**Tabla 20:** Atención por contacto telefónico.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Mala         | 7          | 2%          |
| Regular      | 35         | 9%          |
| Buena        | 178        | 47%         |
| Excelente    | 16         | 4%          |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 18.** Atención por contacto telefónico.



**Fuente:** Autores del proyecto

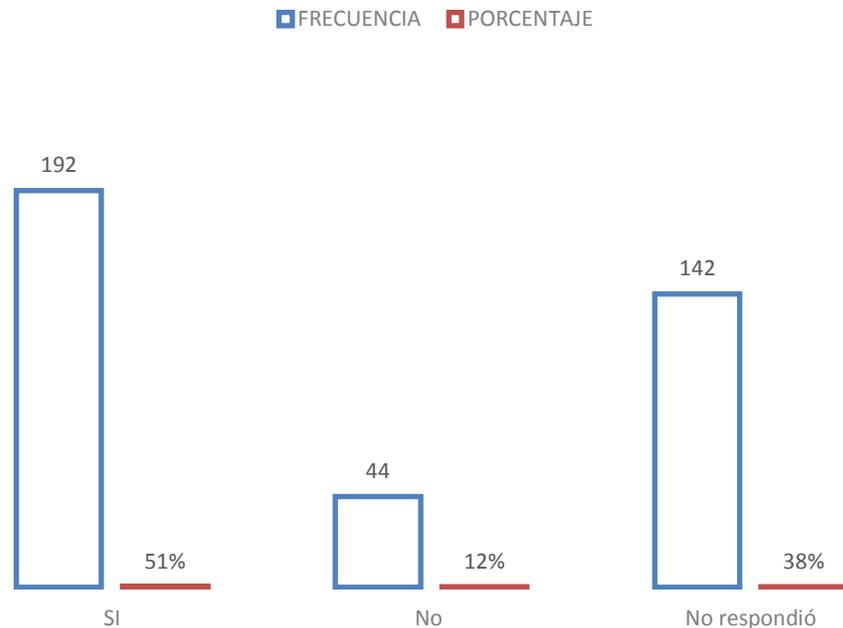
Los usuarios manifiestan que las asesoras o las personas encargadas de recibir las llamadas telefónicas tienen una buena atención lo cual genera confianza en ellos y ahorro de tiempo pues evitan el acercarse a las instalaciones; no obstante hay un 11% de los usuarios que dicen que la atención que han recibido no es la que ellos desearían tener.

**Tabla 21:** Solución por contacto telefónico.

| ITEM         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 192        | 51%         |
| No           | 44         | 12%         |
| No respondió | 142        | 38%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Ilustración 19:** Solución por contacto telefónico.



**Fuente:** Autores del proyecto

La satisfacción depende en que sus inquietudes sean resueltas al momento de contactarse telefónicamente gran porcentaje de los usuarios afirmaron que sus peticiones son resueltas por este medio sin embargo un 12% dicen que este medio no es efectivo al momento de realizar una demanda a la empresa, este resultado tiene relación con el anterior pues podemos mirar cuales son los usuarios que se sienten inconformes con la atención recibida.

#### **4.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE CARACTERIZAN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU ESTADO ACTUAL.**

La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña, ESPO s.a. "E.S.P." dedicada a la prestación de los servicios públicos domiciliarios (acueducto, aseo y alcantarillado) con el objetivo de medir y evaluar la satisfacción de los usuarios, se elaboró y aplicó una encuesta a la población muestra de 378 usuarios en el municipio de Ocaña N. de S.

Dentro de los resultados arrojados por los encuestados, se pueden identificar los factores que influyen en la calidad del servicio percibido por parte de los usuarios.

Los factores determinantes, identificados por ESPO s.a. "E.S.P." y observados en la encuesta aplicada, son los siguientes:

### **Frecuencia del servicio**

Dentro de la investigación, este factor determina el nivel de satisfacción de los usuarios frente a la continuidad del servicio de aseo, nivel de agua potable, suministrada por ESPO s.a. "E.S.P." entendiéndose claramente que el agua es esencial para la vida, por lo que la empresa debe disponer de un suministro satisfactorio, suficiente y frecuente.

El decreto 2981 del 2013 en su artículo 5 menciona que las empresas prestadoras de servicio de aseo deben tener continuidad en el servicio.<sup>26</sup>

La continuidad del servicio se califica dependiendo de los procesos desarrollados dentro de la organización para satisfacer las necesidades y preferencias de sus usuarios.

### **Cobertura del Servicio**

La cobertura del servicio se puede tomar como el resultado de dividir el número de viviendas donde se les presta el servicio sobre el total de viviendas en la zona urbana y rural de Ocaña N.S

Para la Unicef<sup>27</sup> es importante incluir en los planes de desarrollo y los diagnósticos realizados por las empresas el total de la cobertura que estos prestan a la comunidad, ya que este es un factor clave al momento de analizar los servicios prestados. Por ende es importante que ESPO s.a. "E.S.P." mantenga este factor al momento de evaluar la satisfacción de los usuarios, además percibir el mercado que abarca en la ciudad.

### **Calidad del Servicio**

Si ESPO s.a. "E.S.P." no maneja criterios de calidad que según Juran J.M<sup>28</sup> “consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y en su satisfacción”, básicamente no se cumplirá con las expectativas de los consumidores. Por tal razón, este factor es fundamental para los usuarios según lo reflejado en las encuestas y por ende para la evaluación de satisfacción de los mismos.

### **Cumplimiento del Servicio**

---

<sup>26</sup> EL CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 2981 de 2013. (Diciembre 20). Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo. Régimen Legal de Bogotá D.C.

<sup>27</sup> UNICEF. “Agua potable y el saneamiento básico en los planes de desarrollo”. [En línea]. [Citado el 29 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.unicef.org/colombia/pdf/Agua3.pdf>

<sup>28</sup> Juran, J M. (1990). “Juran y la planificación de la calidad”. Madrid: Editorial Díaz de Santos. [Citado el 30 de Octubre de 2015]

Según Portilla, explica la importancia de este factor donde algunos investigadores extranjeros llaman al cumplimiento “confiabilidad”, porque es resultado de la percepción del cliente. Además, las investigaciones señalan al cumplimiento de promesas como la causa de mucha o poca confiabilidad en una empresa.<sup>29</sup>

Si una empresa cumple todas las ofertas de servicio que establecen, el cliente puede confiar en la empresa para cualquier necesidad futura, con la certeza de que no perderá tiempo ni dinero. Cumplir lo prometido genera confianza en el cliente y le permite optimizar su tiempo, que hoy en día es el activo más valioso de todos.

Es vital que la empresa ESPO s.a. "E.S.P." cumpla con lo que ha prometido a sus usuarios, debido a que con esto da un servicio con calidad y asimismo genera en ellos tranquilidad y credibilidad, dando mayor satisfacción.

### **Atención al cliente**

Identificar las necesidades, expectativas de los usuarios es importante al momento de lograr la satisfacción del cliente debido a que una vez detectadas pueden desarrollar actividades encaminadas a la complacencia de dichas necesidades o expectativas.

La empresa debe conocer el mercado donde el cliente se encuentra, además de su comportamiento con el objetivo de hallar los orígenes y necesidades de sus expectativas para desarrollar estrategias que logren esa satisfacción deseada y por ende su fidelización.<sup>30</sup>

Es importante que el cliente se sienta satisfecho con la atención recibida dentro y fuera de la empresa. Se hace imprescindible generar una buena imagen no solo con los servicios ofrecidos, sino también con el trato que reciben los clientes por parte de toda la planta de personal de la empresa. Asimismo, contar con instalaciones cómodas, con un personal ágil que sea capaz de dar solución a los requerimientos y mantener una buena comunicación con sus clientes, esto demuestra calidad en sus procesos, manteniendo una estrecha relación con los mismos pues la retroalimentación permite conocerlos y mejorar constantemente para su satisfacción.

### **Tiempo de Respuesta**

La capacidad de respuesta, se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización

---

<sup>29</sup> QUIJANO PORTILLA, Víctor Manuel. “Cumplimiento del servicio prometido a sus clientes” [en línea]. Disponible en: <<http://www.gestiopolis.com/cumplimiento-servicio-prometido-clientes/>> [Citado el 26 de Octubre de 2015].

<sup>30</sup> PEEL, M. El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia. Ediciones Deusto. 204 Páginas., Bilbao. (1993). [Citado el 26 de Octubre de 2015].

para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.<sup>31</sup>

El usuario valora el tiempo que tarda en ser atendido y asimismo el tiempo en que dan respuesta a la solicitud presentada, así mismo, con esto se da a conocer la eficiencia en los procesos de la empresa y la efectividad de cada uno de los empleados que laboran en ella.

Este factor está estrechamente relacionado con la atención al cliente. El usuario espera una solución y atención rápida reflejando la eficiencia en la empresa.

### **Seguridad**

La seguridad es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.<sup>32</sup>

Según lo anterior es fundamental que el cliente crea en la empresa y en sus servicios prestados y aún más si se trata de un servicio tan importante como lo es el agua el cual es vital para el desarrollo de las actividades cotidianas. Por ende, es importante este factor al momento de evaluar la satisfacción de los usuarios.

#### **4.2.1 Modelo de Servicio SERVQUAL**

Existe un modelo llamado SERVQUAL<sup>33</sup> que toma como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollando un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio. Este instrumento les permitió a Parasuraman, Zeithaml y Berry aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación.

Estos comentarios apuntaban hacia diez dimensiones establecidas por los autores y con una importancia relativa que, afirman, depende del tipo de servicio y/o cliente. Inicialmente identificaron diez determinantes de la calidad de servicio, así:

#### **Elementos tangibles.**

---

<sup>31</sup> DRUKER, P. (1990). El ejecutivo eficaz. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

<sup>32</sup> GARVIN, D. A. (1984). What Does "Product Quality" Really Meant? Sloan Management Review.

<sup>33</sup> DUQUE OLIVA, Edison Jair. "Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición". INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio de 2005. [Citado el 27 de Octubre de 2015].

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.

**Fiabilidad.**

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

**Capacidad de respuesta.**

Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.

**Profesionalidad.**

Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.

**Cortesía.**

Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.

**Credibilidad.**

Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.

**Seguridad.**

Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

**Accesibilidad.**

Lo accesible y fácil de contactar.

**Comunicación.**

Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.

**Compresión del cliente.**

Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988 p. 26) y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco.

**Confianza o empatía.**

Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

**Fiabilidad.**

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

**Responsabilidad.**

Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).

**Capacidad de respuesta.**

Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.

**Tangibilidad.**

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Elaborando una correlación con los factores determinantes definidos en la presente investigación de ESPO s.a. "E.S.P." con los identificados en el modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry se evidencia los resultados en la siguiente tabla.

**Tabla 22.** Correlación de factores

|                             | <b>FACTORES IDENTIFICADOS</b>   |   |  |   |   |   |  |
|-----------------------------|---|---|--|---|---|---|--|
|                             | <b>Frecuencia del Servicio</b>  | <b>Calidad del Servicio</b>   | <b>Cobertura del Servicio</b>  | <b>Cumplimiento del Servicio</b>  | <b>Atención al cliente</b>  | <b>Tiempo de Respuesta</b>  | <b>Seguridad</b>   |
| <b>Confianza o empatía.</b> |   |   |  | Cumplir con el servicio prometido a sus usuarios, aumenta la confianza y empatía de los mismos. | Conocer las necesidades y expectativas individualizadas de cada usuario aumenta el interés y confianza. | El interés que la empresa demuestra al resolver las solicitudes de los usuarios, dará en ellos certidumbre del buen trabajo de los empleados. | Si el cliente está seguro con el servicio que le están prestando producirá en él una tranquilidad y confianza en la organización |
| <b>Fiabilidad.</b>          | ESPO s.a. "E.S.P." tiene la obligación de suministrar el servicio y que sea fiable. | ESPO s.a. "E.S.P." no cumplirá con las expectativas de los consumidores sino maneja criterios de calidad. | La satisfacción de sus usuarios depende de la obertura de sus servicios que estos prestan a la | Cumplir con el servicio prometido a sus usuarios lo hace más fiable.                            |   |   |  |

|                               |  |  |   |  |  |  |  |
|-------------------------------|--|--|---|--|--|--|--|
|                               |  |  | comunidad,  |  |  |  |  |
| <b>Responsabilidad.</b>       | Dar un servicio continuo es la obligación de la empresa y es lo que espera sus clientes. | La empresa debe brindar un servicio de calidad, que cumpla los requisitos establecidos para la complacencia del usuario y en este caso la buena salud del mismo. | La empresa debe abarcar el mayor número de viviendas en la ciudad que requieran los servicios que presta esta y ser responsable en cumplir con ellos. | El cumplimiento de su servicio da credibilidad, seguridad y profesionalidad.                                   | Para inspirar credibilidad y confianza debe haber cortesía, profesionalidad excelente atención al cliente. | El usuario espera ser atendido y la respuesta a sus solicitudes y así aumenta la credibilidad de la empresa. | El usuario pone su confianza en la organización esperando recibir un excelente servicio creíble, profesional y confiable |
| <b>Capacidad de respuesta</b> |  | Una respuesta rápida y de solución para los usuarios determina la calidad en los servicios prestados por ESPO s.a. "E.S.P."                                      | La ciudad de Ocaña va en crecimiento demográfico y la empresa debe ser diligente en prestar el servicio a todos lo que los requieran.                 | Es obligación de ESPO s.a. "E.S.P." responder y dar cumplimiento a sus servicios suministrados a la comunidad. | Ayudar a los usuarios y dar una atención rápida.   | El tiempo de respuesta y la capacidad de respuesta van de la mano.   |  |
| <b>Tangibilidad.</b>          |  | Excelentes instalaciones, equipos, personal capacitado y materiales de comunicación  |   |  | Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación hacen parte de     |  | La seguridad que espera el usuario depende de las instalaciones, del personal  |

|  |  |  |  |  |                                    |  |                       |
|--|--|--|--|--|------------------------------------|--|-----------------------|
|  |  | hacen parte de los procesos de calidad en sus servicios. |  |  | una excelente atención al cliente. |  | y todos los procesos. |
|--|--|--|--|--|------------------------------------|--|-----------------------|

**Fuente:** Autores de la investigación.

## **CAPITULO 2. Analizar la percepción que tiene el cliente sobre los servicios recibidos por parte de ESPO S.A.**

Analizando los datos arrojados por los usuarios en la encuesta aplicada y los factores determinantes identificados por ESPO s.a. "E.S.P." se evidencia la siguiente percepción del usuario por servicio.

### **ACUEDUCTO**

#### **Frecuencia del Servicio**

ESPO s.a. "E.S.P." garantiza la calidad de la prestación del servicio de Acueducto en lo concerniente a continuidad y uniformidad del suministro evitando fluctuaciones de presión, calidad y cantidad, salvo en los casos que por exigencias técnicas, se obligue a prestaciones intermitentes del servicio u otras prestaciones atípicas.

Para el 96% de los encuestados la continuidad del suministro de agua es diaria, se debe a que la empresa presta el servicio durante 24 horas diarias en la semana siempre y cuando no existan causas de fuerza mayor o caso fortuito que lo imposibiliten o en el evento en que existan zonas especiales con dificultades técnicas en los cuales se especificará la frecuencia con que se prestará el servicio.

Posiblemente es el caso del 4% de los usuarios que la continuidad del suministro de agua es día por medio debido a condiciones técnicas y topográficas de cada zona, garantizando una presión mínima de 15 mca (metro de columna de agua) de acuerdo con lo dispuesto en el reglamento técnico del sector de agua potable y saneamiento básico expedido por el Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial.

#### **Cobertura del Servicio**

El servicio público domiciliario de acueducto llamado también servicio público domiciliario de agua potable. Es la distribución municipal de agua apta para el consumo humano, incluida su conexión y medición, como también la captación de agua y su procesamiento, tratamiento, almacenamiento, conducción y transporte.

La cobertura del servicio de acueducto actualmente de ESPO s.a. "E.S.P." es de 99,80% reflejado en 27374 usuarios y el nivel de continuidad del 99,06%. Sin embargo se presentan suspensiones del servicio de agua para el 67% de los encuestados, pero el tiempo máximo de tales suspensiones es de 1 hora, 3 horas, medio día y máximo un día.

Estas suspensiones sin que se considere falla en la prestación del servicio, se dan en los siguientes casos:

**a.** Para hacer reparaciones técnicas, mantenimientos periódicos y racionamientos por fuerza mayor, siempre que de ello se dé aviso amplio y oportuno a los suscriptores y/o usuarios.

**b.** Para evitar perjuicios que se deriven de la inestabilidad del inmueble o del terreno, siempre que se haya empleado toda la diligencia posible, dentro de las circunstancias, para que el suscriptor y/o usuario pueda hacer valer sus derechos.

**c.** Por orden de autoridad competente.

### **Calidad del Servicio**

La calidad del agua deberá ser apta para el consumo humano, como lo establecen los estándares exigidos en la normatividad vigente, en especial con los establecidos en el Decreto 1575 de 2007.

Para la mayoría de los encuestados con 87% la calidad del agua suministrada por ESPO s.a. "E.S.P." es buena, y para el 13% restante no lo es.

### **Cumplimiento del Servicio**

ESPO s.a. "E.S.P." como empresa prestadora de este servicio, le es importante manejar procesos y estándares de calidad, con un tiempo de entrega y suministro de agua a todos sus usuarios, provocando un alto nivel de satisfacción, tranquilidad y seguridad en un futuro.

Para los encuestados el 67% se han presenta suspensiones del servicio con un tiempo máximo de un día, se puede afirmar que ESPO s.a. "E.S.P." está cumpliendo con el servicio prometido a sus usuarios. Aclarando que la calidad y la frecuencia o la continuidad del servicio se deben mejorar evitando al máximo los cortes inesperados.

### **Atención al Cliente**

Como empresa prestadora del servicio domiciliario de agua potable, ESPO s.a. "E.S.P." dispone de formatos que faciliten a los usuarios presentar peticiones, quejas y recursos.

Además constituir una oficina de peticiones, quejas y recursos, con personal calificado, la cual tiene la obligación de recibir, atender, tramitar y responder las peticiones o reclamos y recursos verbales o escritos que presenten los suscriptores y/o usuarios o los suscriptores potenciales en relación con el servicio o los servicios que presta dicha empresa.

De los encuestados que manifestaron haber tenido un contacto personal con algún empleado de ESPO s.a. "E.S.P." el 48% expresó que fue buena la atención recibida, mientras que el 14% manifestó que no fue atendido correctamente; asimismo la atención brindada telefónicamente fue un 51% bueno y un 11% regular.

ESPO s.a. "E.S.P." debe Informar a los usuarios acerca de la manera de utilizar los servicios con eficiencia y seguridad y adelantar campañas masivas de divulgación sobre el particular.

Para suspender el servicio, ESPO s.a. "E.S.P." debe garantizar el debido proceso, e informar al suscriptor y/o usuario la causa de la suspensión.

Según los encuestados los medios de comunicación que son de más fácil acceso para los usuarios es la radio (28%) y la televisión (25%) seguido de un menor porcentaje las redes sociales (9%).

Sin embargo los usuarios manifestaron al momento de ejecutarse las encuestas que las suspensiones en su mayoría no son comunicadas y no están preparados para estas.

Además el usuario está en la obligación de Informar de inmediato a la persona prestadora sobre cualquier irregularidad, anomalía o cambio que se presente en las instalaciones internas, o la variación del propietario, dirección u otra novedad que implique modificación a las condiciones y datos registrados en el contrato de servicios públicos y/o en el sistema de información comercial.

### **Tiempo de respuesta**

Para brindar satisfacción al usuario y evitar retrasos en los procesos ESPO s.a. "E.S.P." debe contar con una capacidad de respuesta de alto nivel.

Según la información de las encuestas un 37% afirmó ser resuelta su solicitud en solo un día dando a conocer la eficiencia de la empresa, además un 18% su petición, solicitud o queja fue resuelta según los parámetros establecidos por la empresa, pero sin embargo hay un 7% de los encuestados que no está conforme con la capacidad de respuesta de la organización pues este es ineficiente.

La capacidad de restablecer el servicio suspendido de forma rápida que a más tardar dentro de 2 días hábiles es uno de los procesos obligatorios como empresa prestadora.

### **Seguridad**

El servicio público domiciliario de agua potable, denominado como servicio social, considerándose como carácter obligatorio de la empresa prestadora, en varios de sus

aportes involucra algunas de estos en ciertas categorías como es el caso de la seguridad social.

Los usuarios esperan eficiencia, garantía y seguridad por parte ESPO s.a. "E.S.P." en sus procedimientos del suministro de este servicio.

Dado los resultados de la encuesta podemos promediar el nivel de seguridad que los usuarios perciben, teniendo en cuenta que aunque hay suspensiones la continuidad del servicio de agua potable es constante (96%), con una cobertura del (67%) y una calidad del (87%). Entonces para los encuestados el nivel de seguridad es del 83%.

**Tabla 22:** Porcentajes de calificación Acueducto por factor determinante

| <b>FACTORES</b>           | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------------------|-------------------|
| Frecuencia del servicio   | 96%               |
| Cobertura del servicio    | 67%               |
| Calidad del servicio      | 87%               |
| Cumplimiento del servicio | 67%               |
| Atención al cliente       | 49%               |
| Tiempo de respuesta       | 37%               |
| Seguridad                 | 83%               |
| <b>TOTAL</b>              | <b>485%</b>       |
| <b>PROMEDIO</b>           | <b>69%</b>        |

**Fuente:** Autores de la investigación.

## **ALCANTARILLADO**

### **Frecuencia del Servicio**

El Servicio público domiciliario de alcantarillado que básicamente es la recolección municipal de residuos, principalmente líquidos, por medio de tuberías y conductos, como también las actividades complementarias de transporte, tratamiento y disposición final de tales residuos.

El sistema de alcantarillado es separado, lo que significa que las aguas servidas o negras son vertidas por conductos diferentes a los drenajes de aguas lluvias.

Para los usuarios encuestados existe continuidad de este servicio, al igual que el servicio de acueducto de 96%, evidenciado en que todos respondieron a la pregunta de referentes al alcantarillado.

## **Cobertura del Servicio**

En cuanto al saneamiento y tratamiento de vertimientos, incluyendo la recolección, transporte, tratamiento y disposición final de aguas residuales descargadas al sistema de alcantarillado.

La cobertura actual del servicio de alcantarillado es del 95.13%. En catastro se tiene un registro de un promedio de 25.000 usuarios servidos.

Al igual que en el servicio de agua potable, para el 67% tienen cobertura de este servicio.

Existen viviendas de la ciudad en las cuales por condiciones técnicas y específicamente topográficas no se les puede prestar el servicio y descargan en pozos sépticos individuales y en otros casos en algunas de las fuentes hídricas del municipio.

## **Calidad del Servicio**

ESPO S.A. "E.S.P." como promesa de servicio efectúa oportunamente las labores de mantenimiento en las redes de alcantarillado a su cargo para garantizar a los usuarios la recolección, el transporte y disposición final de las aguas residuales, igualmente efectúa oportunamente las labores de mantenimiento de las redes de acueducto.

Pero para el 100% de los usuarios encuestados sean suaves, tolerables o fuertes se presentan malos olores en el alcantarillado, atribuyendo efectos adversos a la salud, provocando síntomas y enfermedades a la población.

El estado de las rejillas del alcantarillado determina la calidad de este servicio, y para el 87% de los usuarios encuestados estas se encuentran en buen estado.

## **Cumplimiento del Servicio**

ESPO S.A. "E.S.P." como prestadora de servicios públicos domiciliario tiene la obligación de suministrar continuamente un servicio de buena calidad, pero NO cumple con su servicio al 100% para todos sus usuarios según los encuestados.

Debido a la presencia de malos olores, suave 62%, mientras que un 22% que es tolerable y un 16% fuerte y además basura en las rejillas del alcantarillado.

## **Atención al Cliente**

Como empresa prestadora del servicio domiciliario de alcantarillado, ESPO s.a. "E.S.P." dispone de formatos que faciliten a los usuarios presentar peticiones, quejas y recursos.

Además constituir una oficina de peticiones, quejas y recursos, con personal calificado, la cual tiene la obligación de recibir, atender, tramitar y responder las peticiones o reclamos y recursos verbales o escritos que presenten los suscriptores y/o usuarios o los suscriptores potenciales en relación con el servicio o los servicios que presta dicha empresa.

De los encuestados que manifestaron haber tenido un contacto personal con algún empleado de ESPO s.a. "E.S.P." el 48% expresó que fue buena la atención recibida, mientras que el 14% manifestó que no fue atendido correctamente; asimismo la atención brindada telefónicamente fue un 51% bueno y un 11% regular.

### **Tiempo de respuesta**

Para brindar satisfacción al usuario y evitar retrasos en los procesos ESPO s.a. "E.S.P." debe contar con una capacidad de respuesta de alto nivel.

Según la información de las encuestas un 37% afirmó ser resuelta su solicitud en solo un día dando a conocer la eficiencia de la empresa, además un 18% su petición, solicitud o queja fue resuelta según los parámetros establecidos por la empresa, pero sin embargo hay un 7% de los encuestados que no está conforme con la capacidad de respuesta de la organización pues este es ineficiente.

### **Seguridad**

El servicio público domiciliario de alcantarillado, denominado como servicio social, se considerada como carácter obligatorio de la empresa prestadora en varios de sus apartes involucra algunas de estos en ciertas categorías como es el caso de la seguridad social.

Los usuarios que califican el estado de las rejillas de alcantarillado como bueno (67%) al igual esperan eficiencia, garantía y seguridad por parte ESPO s.a. "E.S.P." en sus procedimientos del suministro de este servicio y manejo de las aguas residuales.

**Tabla 23:** Porcentaje de calificación Alcantarillado por factor determinante.

| <b>FACTORES</b>           | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------------------|-------------------|
| Frecuencia del servicio   | 96%               |
| Cobertura del servicio    | 67%               |
| Calidad del servicio      | 87%               |
| Cumplimiento del servicio | 62%               |

|                     |             |
|---------------------|-------------|
| Atención al cliente | 49%         |
| Tiempo de respuesta | 37%         |
| Seguridad           | 67%         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>464%</b> |
| <b>PROMEDIO</b>     | <b>66%</b>  |

**Fuente:** Autores de la investigación.

## **ASEO**

### **Frecuencia del Servicio**

En cuanto al servicio público domiciliario de aseo, la prestación tiene una frecuencia de recolección de residuos sólidos de tres veces por semana. Por razones de salubridad al sector denominado mercado público se le presta el Servicio de público domiciliario de Aseo todos los días de la semana.

Aunque para un 68% de los encuestados la frecuencia del servicio es de tres días por semana, para el 32% es diario o dos días a la semana, esto por razones de salubridad, por rutas específicas y además existen zonas especiales de recolección como:

- El sector del mercado público.
- La vía de Acolsure hasta la universidad francisco de paula Santander.
- El batallón Santander.

### **Cobertura del Servicio**

ESPO S.A. “E.S.P.” garantiza la calidad del servicio cumpliendo con los horarios y recorridos a sus usuarios, aunque para el 87% de los encuestados el cumplimiento de los horarios es bueno y excelente reduciendo el impacto en la contaminación por lixiviados y residuos sólidos en las vías urbanas, existe un 12% que lo califican como regular y malo.

La empresa dispone cinco vehículos recolectores en perfecto estado. Además cuenta con el Relleno Sanitario Regional “La Madera”. Ubicado en el Municipio de Ocaña, vereda la Madera, al costado derecho de la vía secundaria que conduce de la circunvalar al Corregimiento El Puente, aproximadamente 3180 metros en línea recta del casco urbano.

La cobertura del servicio de aseo es del 98,52% y la continuidad en la recolección, en el barrido y limpieza es del 100%, pero para el 66% de los encuestados expresan que hay basuras en las alcantarillas ya sea poca o mucha.

### **Calidad del Servicio**

Entiéndase por calidad del servicio público domiciliario de aseo, la prestación del servicio con continuidad, frecuencia y eficiencia a toda la población con conformidad al Decreto 1713 de 2002, con un debido programa de atención de fallas y emergencias, una atención al usuario completa, precisa y oportuna, garantizando la salud pública y preservación del medio ambiente, manteniendo limpias las zonas atendidas.

Aunque el 93% de los encuestados estén de acuerdo con el nivel de calidad del servicio domiciliario de aseo suministrado por ESPO S.A. "E.S.P." y lo califiquen como bueno y excelente, existe un 7% que están insatisfechos con este la prestación de este servicio.

### **Cumplimiento del Servicio**

ESPO S.A. "E.S.P." tiene la obligación de suministrar continuamente un servicio de buena calidad a cada inmueble de acuerdo con los parámetros fijados por las autoridades competentes.

La Empresa prestará el servicio público domiciliario de Aseo bajos las modalidades definidas en el decreto 1713 de 2002.

La zona de prestación del servicio de aseo comprende el mapa de la zona dentro de la cual la ESPO S.A. "E.S.P." está dispuesta a prestar el servicio, la cual está acorde con el perímetro urbano de la ciudad.

En cuanto al cumplimiento de los horarios 14% de los usuarios encuestados manifiestan que es excelente y un 71% manifiestan que es bueno el desempeño, sin embargo hay un 15% de los usuarios que se están inconformes de la impuntualidad en el servicio de aseo.

### **Atención al Cliente**

Como empresa prestadora del servicio domiciliario de alcantarillado, ESPO s.a. "E.S.P." dispone de formatos que faciliten a los usuarios presentar peticiones, quejas y recursos.

Además constituir una oficina de peticiones, quejas y recursos, con personal calificado, la cual tiene la obligación de recibir, atender, tramitar y responder las peticiones o reclamos y recursos verbales o escritos que presenten los suscriptores y/o usuarios o los suscriptores potenciales en relación con el servicio o los servicios que presta dicha empresa.

De los encuestados que manifestaron haber tenido un contacto personal con algún empleado de ESPO s.a. "E.S.P." el 48% expresó que fue buena la atención recibida, mientras que el 14% manifestó que no fue atendido correctamente; asimismo la atención brindada telefónicamente fue un 51% bueno y un 11% regular.

### **Tiempo de respuesta**

ESPO s.a. "E.S.P." Tiene establecido distintos horarios de recolección de basuras dependiendo el sector y se realiza cada dos o tres días.

Este horario es conocido ya por cada uno de los usuarios donde estos sacan sus basuras para que sean recogidas, un 85% de los encuestados manifestó que son responsables y cumplidos en el horario reglamentado por la empresa; mientras un 15% dice que hay negligencia en este servicio pues sus basuras no son recogidas en el tiempo establecido lo que genera contaminación y malos olores en las calles de sus barrios.

Asimismo expresan en su mayoría que para una mejor satisfacción prefieren que este servicio sea en los horarios de la mañana.

### Seguridad

El servicio de aseo es calificado por sus usuarios como bueno y excelente en un 93% y regular en un 7% esto da a conocer que es un servicio con buena calidad que genera en la comunidad satisfacción y por ende confianza.

Los usuarios están tranquilos con este servicio pues sus basuras aunque a veces se presentan demoras son siempre recogidas y llevadas a un lugar adecuado.

**Tabla 24:** Porcentaje de calificación Aseo por factor determinante.

| FACTORES                  | PORCENTAJE  |
|---------------------------|-------------|
| Frecuencia del servicio   | 68%         |
| Cobertura del servicio    | 87%         |
| Calidad del servicio      | 93%         |
| Cumplimiento del servicio | 85%         |
| Atención al cliente       | 49%         |
| Tiempo de respuesta       | 85%         |
| Seguridad                 | 93%         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>559%</b> |
| <b>PROMEDIO</b>           | <b>80%</b>  |

**Fuente:** Autores de la investigación.

**Tabla 25:** Promedio de calificación Servicio de Acueducto.

|                      | FACTORES IDENTIFICADOS  |                      |                        |                           |                     |                     |           |                          |
|----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------|-----------|--------------------------|
|                      | Frecuencia del Servicio | Calidad del Servicio | Cobertura del Servicio | Cumplimiento del Servicio | Atención al cliente | Tiempo de Respuesta | Seguridad | PROMEDIO DE CALIFICACIÓN |
| Confianza o empatía. |                         |                      |                        | 67%                       | 49%                 | 37%                 | 83%       | 59%                      |

|                        |     |     |     |     |     |     |     |     |
|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Fiabilidad.            | 96% | 87% | 67% | 67% |     |     |     | 79% |
| Responsabilidad.       | 96% | 87% | 67% | 67% | 49% | 37% | 83% | 69% |
| Capacidad de respuesta |     | 87% | 67% | 67% | 49% | 37% |     | 61% |
| Tangibilidad.          |     | 87% |     |     | 49% |     | 83% | 73% |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Tabla 26:** Correlación Calificación del Servicio de Acueducto.

| Criterio               | Calificación | Porcentaje usuario | Factor de ponderación | Ponderación |
|------------------------|--------------|--------------------|-----------------------|-------------|
| Confianza o Empatía    | 5            | 59%                | 0,33                  | 19%         |
| Responsabilidad        | 4            | 69%                | 0,27                  | 19%         |
| Capacidad de Respuesta | 3            | 61%                | 0,2                   | 12%         |
| Tangibilidad           | 2            | 73%                | 0,13                  | 9%          |
| Fiabilidad             | 1            | 79%                | 0,07                  | 6%          |
| <b>Total</b>           | <b>15</b>    | <b>341%</b>        | <b>1</b>              | <b>65%</b>  |

**Fuente:** Autores del proyecto

El nivel de satisfacción de los usuarios frente al servicio de acueducto en relación a la calificación que ESPO s.a. "E.S.P." dio a cada factor y el porcentaje que los usuarios le dan al servicio es del 65%.

Se establece que el promedio de calificación de confianza o empatía está en un 59%, considerado el más bajo, debido a que los factores correlacionados como cumplimiento del servicio están en un 67%, atención al cliente 49% y tiempo de respuesta 37%. Por consiguiente se requiere aumentar los anteriores factores para incrementar el porcentaje del promedio de calificación de la confianza o empatía.

La fiabilidad que tiene un 79% en el promedio de calificación siendo el más alto en el servicio de acueducto, porque los factores correlacionados como cobertura y cumplimiento del servicio se encuentran en un 67% cada uno. Se necesita aumentar el porcentaje del promedio de calificación de la fiabilidad, incrementando la cobertura y el cumplimiento del servicio.

La responsabilidad tiene un promedio de calificación del 69% debido a que los factores correlacionados como cobertura del servicio está en un 67%, cumplimiento del servicio que

está en un 67%, atención al cliente 49% y tiempo de respuesta 37%. Por tal razón, para aumentar el criterio de responsabilidad, se debe aumentar la percepción de los usuarios de los factores anteriormente mencionados deben ser aumentados para incrementar el porcentaje del promedio de calificación de este criterio.

La capacidad de respuesta tiene 61% en su promedio de calificación frente a los factores correlacionados como cobertura del servicio que está en un 67%, cumplimiento del servicio en un 67%, atención al cliente 49% y tiempo de respuesta 37%. Por consiguiente se requiere aumentar los anteriores factores para incrementar el porcentaje del promedio de la capacidad de respuesta.

Y por último se establece que la Tangibilidad tiene un promedio de calificación de 73%, donde el factor de atención al cliente el cual está correlacionado se encuentra en un porcentaje de 49%; donde se demanda aumentarlo para que la Tangibilidad tenga un alto promedio de calificación.

**Tabla 27:** Promedio de calificación Servicio de Alcantarillado.

|                        | FACTORES IDENTIFICADOS  |                      |                        |                           |                     |                     |           |                          |
|------------------------|-------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------|-----------|--------------------------|
|                        | Frecuencia del Servicio | Calidad del Servicio | Cobertura del Servicio | Cumplimiento del Servicio | Atención al cliente | Tiempo de Respuesta | Seguridad | PROMEDIO DE CALIFICACIÓN |
| Confianza o empatía.   |                         |                      |                        | 62%                       | 49%                 | 37%                 | 67%       | 54%                      |
| Fiabilidad.            | 96%                     | 87%                  | 67%                    | 62%                       |                     |                     |           | 78%                      |
| Responsabilidad.       | 96%                     | 87%                  | 67%                    | 62%                       | 49%                 | 37%                 | 67%       | 66%                      |
| Capacidad de respuesta |                         | 87%                  | 67%                    | 62%                       | 49%                 | 37%                 |           | 60%                      |
| Tangibilidad.          |                         | 87%                  |                        |                           | 49%                 |                     | 67%       | 68%                      |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Tabla 28:** Correlación Calificación del Servicio de Alcantarillado.

| <b>Criterio</b>        | <b>Calificación</b> | <b>Porcentaje usuario</b> | <b>Factor de ponderación</b> | <b>Ponderación</b> |
|------------------------|---------------------|---------------------------|------------------------------|--------------------|
| Confianza o Empatía    | 5                   | 54%                       | 0,33                         | 18%                |
| Responsabilidad        | 4                   | 66%                       | 0,27                         | 18%                |
| Capacidad de Respuesta | 3                   | 60%                       | 0,2                          | 12%                |
| Tangibilidad           | 2                   | 68%                       | 0,13                         | 9%                 |
| Fiabilidad             | 1                   | 78%                       | 0,07                         | 5%                 |
| <b>Total</b>           | <b>15</b>           | <b>326%</b>               | <b>1</b>                     | <b>62%</b>         |

**Fuente:** Autores del proyecto

El nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de alcantarillado de acuerdo a lo establecido por ESPO s.a. "E.S.P." En cuanto a los factores determinados y lo analizado por las encuestas aplicada a los usuarios está en un 62%.

Se identifica que el promedio de calificación de confianza o empatía está en un 54%, considerado el más bajo, debido a que los factores correlacionados como cumplimiento del servicio está en un 62%, atención al cliente 49%, tiempo de respuesta 37% y seguridad 67%. Por consiguiente se requiere aumentar los anteriores factores para incrementar el porcentaje del promedio de calificación de la confianza o empatía.

La fiabilidad que tiene un 78% en el promedio de calificación siendo el más alto en el servicio de alcantarillado, factores correlacionados como cobertura del servicio que está en un 67% y cumplimiento del servicio se encuentran en un 62%. Se necesita aumentar los anteriores factores para así aumentar el porcentaje del promedio de calificación de la fiabilidad.

La responsabilidad tiene un promedio de calificación del 66% debido a que los factores correlacionados como cobertura del servicio está en un 67%, cumplimiento del servicio que está en un 62%, atención al cliente 49%, tiempo de respuesta 37% y seguridad 67%. Por tal razón, para aumentar el criterio de responsabilidad, se debe aumentar la percepción de los usuarios de los factores anteriormente mencionados deben ser aumentados para incrementar el porcentaje del promedio de calificación de este criterio.

La capacidad de respuesta tiene 60% en su promedio de calificación frente a los factores correlacionados como cobertura del servicio que está en un 67%, cumplimiento del servicio en un 62%, atención al cliente 49% y tiempo de respuesta 37%. Por consiguiente se requiere aumentar los anteriores factores para incrementar el porcentaje del promedio de la capacidad de respuesta.

Y por último se establece que la Tangibilidad tiene un promedio de calificación de 68%, donde el factor de atención al cliente se encuentra en un porcentaje de 49% y debe ser aumentado para que la Tangibilidad tenga un alto promedio de calificación.

**Tabla 29:** Promedio de calificación Servicio de Aseo

|                        | FACTORES IDENTIFICADOS  |                      |                        |                           |                     |                     |           |                          |
|------------------------|-------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------|-----------|--------------------------|
|                        | Frecuencia del Servicio | Calidad del Servicio | Cobertura del Servicio | Cumplimiento del Servicio | Atención al cliente | Tiempo de Respuesta | Seguridad | PROMEDIO DE CALIFICACIÓN |
| Confianza o empatía.   |                         |                      |                        | 85%                       | 49%                 | 85%                 | 93%       | 78%                      |
| Fiabilidad.            | 68%                     | 93%                  | 87%                    | 85%                       |                     |                     |           | 83%                      |
| Responsabilidad.       | 68%                     | 93%                  | 87%                    | 85%                       | 49%                 | 85%                 | 93%       | 79%                      |
| Capacidad de respuesta |                         | 93%                  | 87%                    | 85%                       | 49%                 | 85%                 |           | 80%                      |
| Tangibilidad.          |                         | 93%                  |                        |                           | 49%                 |                     | 93%       | 78%                      |

**Fuente:** Autores del proyecto

**Tabla 30:** Correlación Calificación del Servicio de Aseo.

| Criterio               | Calificación | Porcentaje usuario | Factor de ponderación | Ponderación |
|------------------------|--------------|--------------------|-----------------------|-------------|
| Confianza o Empatía    | 5            | 78%                | 0,33                  | 26%         |
| Responsabilidad        | 4            | 79%                | 0,27                  | 21%         |
| Capacidad de Respuesta | 3            | 80%                | 0,2                   | 16%         |
| Tangibilidad           | 2            | 78%                | 0,13                  | 10%         |
| Fiabilidad             | 1            | 83%                | 0,07                  | 6%          |
| <b>Total</b>           | <b>15</b>    | <b>398%</b>        | <b>1</b>              | <b>79%</b>  |

**Fuente:** Autores del proyecto

Uno de los servicios más relevantes y mejor calificado por parte de los usuarios de ESPO s.a. "E.S.P." es el Aseo con un 79%, a diferencia de los dos anteriores.

En la correlación de los factores con los criterios se pudo establecer que el factor de atención al cliente es el más bajo con un 49%, afectando así el promedio total de calificación para cada uno de los criterios, confianza o empatía que está en un 78%, fiabilidad en un 83%, responsabilidad en un 79%, capacidad de respuesta en un 80% y

Tangibilidad en un 78%. Por tal razón se requiere aumentar el factor de atención al cliente para incrementar todos los promedios de calificación de los anteriores criterios.

### **CAPÍTULO 3. Alternativas y estrategias que permitan optimizar el servicio al cliente en pro de la satisfacción de los usuarios.**

A continuación se presentan algunas alternativas estratégicas para mejorar los servicios que suministra ESPO s.a. "E.S.P." a sus usuarios suscritos; teniendo en cuenta los porcentajes más bajos de los criterios estudiados en el capítulo anterior.

#### **Criterio:**

#### **ATENCIÓN AL CLIENTE**

**Estrategia 1.** Diseñar políticas y procedimientos de atención al cliente.

#### **Acciones:**

- a. Es deber de todos los funcionarios de ESPO s.a. "E.S.P.", brindar un servicio de manera adecuada; con calidez y respeto hacia los usuarios, atendiendo y escuchando con esmero, comprendiendo y mostrando interés por sus necesidades, y realizando un acompañamiento permanente en la gestión de sus requerimientos.
- b. Recibir, diligenciar y canalizar correctamente las quejas, reclamos, sugerencias que los usuarios suscritos emitan a cerca de todo lo relacionado con la empresa.
- c. Atender con igualdad de condiciones, sin preferencias y discriminación en el trato y concesiones, a todos los clientes y usuarios que soliciten información en las oficinas, sin importar su raza, sexo, edad, religión, condición socioeconómica, política o académica.
- d. Brindar atención preferencial si se trata de adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad y personas acompañadas de infantes.
- e. Boletín informativo donde se expongan diferentes temas de la empresa.
- f. Optimizar la atención del Contact Center (llamadas telefónicas) brindando formación oportuna y necesaria a los usuarios que se contactan telefónicamente.
- g. Actualización de la información en la página web.
- h. Contar con instalaciones cómodas con equipos mejorados para la atención a los usuarios, elaborando un plan extra en el momento de una falla o caída del sistema.
- i. Instalar una sede de atención al cliente en las partes de la ciudad donde mayor problema de suministro de agua se presente.

- j. Gestionar recursos para la adquisición de equipos técnicos y de operación (vehículo recolector y otros) para ampliar la frecuencia para las posibles zonas de expansión urbana y para la zona rural.
- k. Redefinir horarios y optimizar el tiempo de recolección de basuras.
- l. Comunicar oportunamente a la ciudadanía sobre las fallas mecánicas presentadas del vehículo recolector y el porqué de la demora en el paso del mismo por sus casas de habitación.

**Estrategia 2:** Concientizar a los usuarios al cuidado del medio ambiente.

- a. Continuar la promoción de las prácticas de separación y reutilización de los residuos sólidos.
- b. Capacitar al personal operativo en la manipulación de residuos sólidos.
- c. Realizar mantenimientos a los vehículos recolectores.
- d. Concientizar a los usuarios frente a las inadecuadas prácticas en el manejo de los residuos sólidos en el hogar.
- e. Definir de manera clara a la comunidad el lugar de presentación de los residuos.
- f. Evitar la contaminación ambiental en calles públicas, lotes abandonados y otros, convocando a los entes de control ambiental.
- g. Establecer mejores relaciones con las cooperativas encargadas de la recolección de las basuras, con el fin de ofrecer un servicio de calidad.
- h. Capacitar a las comunidades sobre el manejo de residuos sólidos e involucrarlos a través de campañas en la recolección de basuras
- i. Evaluar los efectos del cambio climático y prepararse para ellos, concientizando a la comunidad del cuidado del mismo.

**Criterio:**

COBERTURA DEL SERVICIO

**Estrategia 1.** Ampliar la cobertura actual de ESPO S.A. "E.S.P."

**Acciones:**

- a. Mejorar la capacidad de almacenamiento de agua en la planta.
- b. Mejorar el sistema de bombeo por medio del cual se lleve agua de la red baja a la red alta, garantizando suministro normal a los barrios ubicados en la parte más alta.
- c. Inscribir nuevos usuarios al catastro registrado, en vista al crecimiento población y el consumo de agua potable, ya sean de uso residencial, comercial, industrial y/u oficial.
- d. Organizar empleados que puedan atender de forma inmediata en horas extras realicen trabajos de reparaciones en el menor tiempo posible.
- e. Brindar a toda la comunidad el servicio de Alcantarillado, garantizando la no aparición de malos olores y basuras en la red
- f. Apoyarse en entidades gubernamentales con el fin de obtener recursos para la construcción del alcantarillado en barrios vulnerables.
- g. Planificar las redes de alcantarillado futuras que deberán instalarse debido al crecimiento demográfico de la ciudad mediante trabajos de común acuerdo con la Alcaldía Municipal
- h. Integrar los sistemas individuales de alcantarillado que se encuentran en algunos sectores de la ciudad y que no son bien manipuladas e inscribir a aquellas familias en el respectivo servicio.
- i. Definir estrategias de respuesta inmediata para la instalación del servicio a los clientes que lo soliciten.
- j. Dar a conocer al usuario las obligaciones que debe realizar al momento de presentar su respectiva solicitud.
- k. Instalar contenedores en sitios estratégicos donde los usuarios depositen los residuos sólidos y sea más fácil la recolección de los mismos.
- l. Determinar por medio de políticas, las promesas de servicio que ESPO pretende dar a sus usuarios

### **Criterio 3. TIEMPO DE RESPUESTA**

**Estrategia 1.** Atender rápidamente a las solicitudes de los usuarios de ESPO S.A. "E.S.P

#### **Acciones:**

- a. Dar un tiempo de respuesta a las categorías de cada requerimiento, daños, quejas y solicitudes
- b. Optimizar los trámites de respuesta al usuario.
- c. Acudir con prontitud a cualquier daño presentado en alguna de las redes de alcantarillado.
- d. Resolver rápidamente a las pequeñas inundaciones provocadas por los taponamientos en las redes de alcantarillado
- e. Capacitar y entrenar al personal técnico para dar rápida respuesta y de forma eficiente a los requerimientos de los usuarios y labores asignadas por la empresa

#### **Criterio 4. CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO**

**Estrategia 1.** Aumentar la credibilidad y confianza por parte de los antiguos y nuevos usuarios.

##### **Acciones:**

- a. Dar a conocer a la comunidad, las mediciones de la calidad de agua hechas en distintas partes de la ciudad.
- b. Planificar los días de mantenimiento a las redes, suspensiones y darlos a conocer eficientemente a la comunidad por diferentes medios de comunicación. De igual manera, dar a conocer la programación de mantenimiento en las facturas
- c. Mantener el estado de las redes de distribución de Agua potable haciéndole continuo mantenimiento y limpieza.
- d. Establecer relaciones estrechas con las entidades ambientales para juntos promover la calidad del servicio y asimismo el impacto que tiene al medio ambiente.
- e. Realizar campañas masivas de divulgación sobre el servicio de agua potable.
- f. Evitar al máximo las suspensiones inesperadas por el usuario.
- g. Instalar excelentes equipos de tratamiento para garantizar que el líquido cumpla con todas las exigencias de calidad.
- h. Dar a conocer a la comunidad las mediciones realizadas a la calidad del agua.

- i. Evaluar los efectos del cambio climático para anticiparse a ellos, concientizando a la comunidad del cuidado del mismo.
- j. Cerciorarse de que los medidores funcionen en forma adecuada para dar resultados seguros.
- k. Determinar los factores que conllevan a un deficiente suministro del agua y diseñar un plan de acción para eliminar o mitigar dichos factores.

## CONCLUSIONES

Primero, al realizar las encuestas, se pudo identificar los factores que caracterizan la prestación del servicio al cliente en la empresa, los cuales son: frecuencia del servicio, calidad del servicio, cobertura del servicio, cumplimiento del servicio, atención al cliente, tiempo de respuesta y seguridad.

Segundo, se analizó la percepción que tienen los clientes sobre los servicios prestados, correlacionando los factores encontrados con los criterios establecidos en el modelo SERVQUAL donde se determinó el nivel de satisfacción para cada servicio.

El servicio de acueducto tiene un nivel de satisfacción del 65%, reflejando la mala percepción de los usuarios frente a este servicio, el servicio de alcantarillado tiene un 62% en su nivel de satisfacción dejando ver que hay falencias reflejadas en la opinión del usuario y por último, el servicio de aseo, tiene un nivel de satisfacción del 79% siendo el mejor calificado, dando a conocer el agrado que tienen los usuarios por este servicio, no obstante debe estar en mejoramiento continuo.

Tercero, se definió las estrategias necesarias para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios, aumentar el porcentaje de los factores que no son bien percibidos y obtener una mejor imagen de ESPO SA en la comunidad Ocañera.

Desde el punto de vista académico la realización del estudio ha sido una oportunidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración de empresas por parte de los autores del proyecto.

## BIBLIOGRAGIA

ADAMIUAIN E. S. P [En línea]. Reseña histórica de Adamiuain. Ocaña 2014 [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://adamiuain.com.co/historia.html>.

ANGARITA, Liceth Tatiana y CORREA PATIÑO, Emilse. [En línea]. Práctica empresarial ESPO S.A Ocaña 1 de Dic. De 2008. Disponible en: <http://practiespo.blogspot.com/2008/11/espo-sa.html>.

BOLAÑOS BARRERA Ricardo. “Pequeñas y medianas empresas, PyME” [En línea]: documento electrónico. 2005 [Citado el 22 Febrero 2015]. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>

CAJAS MONAGO, Juan Alex. Ley Del Servicio Público.[En línea]. Sine facta. [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/230653585/Ley-Del-Servicio-Publico#scribd>.

CARMONA LAVADO, A. y LEAL MILLÁN, A. La Teoría De Los Dos Factores En La Satisfacción Del Cliente. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa [En línea]. Disponible en: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v04/041053.pdf>.

DRUKER, P. (1990). El ejecutivo eficaz. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

DUQUE OLIVA, Edison Jair. “Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición”. INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio de 2005. [Citado el 27 de Octubre de 2015].

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Decreto 2981 de 2013. (Diciembre 20). Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo. Régimen Legal de Bogotá D.C.

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 142 De 1994. (11 de Julio de 1994). Por La Cual Se Establece El Régimen De Los Servicios Públicos Domiciliarios Y Se Dictan Otras Disposiciones. Régimen Legal de Bogotá D.C.

Estatutos de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña S.A “ESP” ESPO S.A. [Citado el día 3 de Febrero de 2015]. Escritura Pública N° 246 del 13 de Octubre de 1994.

Fundamentos de Marketing, de Kotler y Armstrong, 6ta Edición, Págs. 10, 11.

GARVIN, D. A. (1984). What Does “Product Quality” Really Meant? Sloan Management Review.

GENESYS. “Energía y Servicios públicos” [en línea]: documento electrónico. 2014 [fecha de consulta: 25 Febrero 2015]. Disponible en: <http://www.genesys.com/es/solutions/industry/energy-utilities>

GONZÁLEZ MÉNEZ, Cesar Daniel. “Teoría del servicios al cliente”. [En línea]. Disponible en: [http://www.ehowenespanol.com/teoria-del-servicios-cliente-sobre\\_99364/](http://www.ehowenespanol.com/teoria-del-servicios-cliente-sobre_99364/).

JURAN, J M. (1990). “Juran y la planificación de la calidad”. Madrid: Editorial Díaz de Santos. [Citado el 30 de Octubre de 2015]

MUÑOZ GONZÁLEZ, Hugo Alejandro. Teoría del Servicio Público. [En línea]. Sine facta. [Citado el 10 de Mayo de 2015]. Disponible en: [http://deradmvo.blogspot.com/p/blog-page\\_2192.html](http://deradmvo.blogspot.com/p/blog-page_2192.html).

PAZ COUS, Renata. Servicio al Cliente: la comunicación y la Calidad del Servicio en la Atención al Cliente. IdeasPropias Editorial S.L. Pág. 18. 2005. España [Citado el 10 de Mayo de 2015].

PEEL, M. El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia. Ediciones Deusto. 204 Páginas., Bilbao. (1993). [Citado el 26 de Octubre de 2015].

PISIER-KOUCHNER, Evelyne. “Le service public dans la théorie de l’Etat de León Duguit (El servicio público en la teoría del Estado de León Duguit)”, [Citado el 25 de Febrero de 2015]. París, 1972, p. 17.

PIZZO, M. (2013). “Construyendo una definición de Calidad en el Servicio”. [En línea]. [Citado el 22 Febrero 2015] Disponible en: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

PRESIDENTE, Brisa. “Cliente + Consumidor + Comprador + Usuario”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <https://brisapresidente.wordpress.com/2011/08/27/cliente-consumidor-comprador-usuario-fidelidad/>

QUIJANO PORTILLA, Víctor Manuel. “Cumplimiento del servicio prometido a sus clientes” [en línea]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/cumplimiento-servicio-prometido-clientes/> [Citado el 26 de Octubre de 2015].

TABARQUINO MUÑOZ, Raúl Andrés. “Los Servicios Públicos Domiciliarios En Colombia: Una Mirada Desde La Ciencia De La Política Pública Y La Regulación”. [Citado el 25 de Febrero de 2015]. Colombia. Sine facta. P.15

SIC (Superintendencia de Industria y Comercio). “Definiciones sobre la Competencia”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Colombia. Disponible en: <http://www.sic.gov.co/drupal/que-es-la-libre-competencia>

UNICEF. “Agua potable y el saneamiento básico en los planes de desarrollo”. [En línea]. [Citado el 29 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.unicef.org/colombia/pdf/Agua3.pdf>

“Definición de Satisfacción del Cliente”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/#ixzz3djhjAHy>

“Demanda”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>

“Oferta”. [En línea]. [Citado el 20 de Junio de 2015]. Disponible en: <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>

“Teoría de servicio al cliente”. Sine Facta. Disponible en: <http://www.demseyelets.com/teoria-de-servicio-al-cliente/>

# ANEXOS

**Anexo A. EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA.**



**EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ESPO S.A., DE LA CIUDAD DE OCAÑA.**



**ENCUESTA DRIGIDA A LOS USUARIOS DE ESPO S.A**

Objetivo: Evaluar el grado de satisfacción de los usuarios de la empresa ESPO S.A., de la ciudad de Ocaña, con el fin de hacer las recomendaciones pertinentes para mejorar sus servicios.

*Según su opinion, marque con una X calificando los servicios prestados por ESPO S.A, está contribuirá al mejoramiento de cada uno de ellos.*

**Barrio** \_\_\_\_\_ **Estrato** \_\_\_\_\_

| <b>ACUEDUCTO</b>   |             |               |           |                |
|--|-------------|---------------|-----------|----------------|
| Usted ¿Cada cuánto tiene agua en su casa?                                    | diario      | Día por medio | Semanal   |                |
| En su casa ¿Cada cuánto tiene suspensión del servicio de agua al mes?        | Ningún día  | Día           | Semana    | Quincena       |
| Según la anterior pregunta ¿Cuánto dura esa suspensión?                      | 1 hora      | 3 horas       | Medio día |                |
| Cree usted que el agua suministrada por ESPO es buena para el consumo humano | Mala        | Regular       | Buena     |                |
| ¿Por qué medio le gustaría informarse de la suspensión del servicio?         | Radio       | Televisión    | Prensa    | Redes sociales |
| <b>ALCANTARILLADO</b>  |             |               |           |                |
| ¿Cómo es la presencia de malos olores en el alcantarillado?                  | Suave       | Tolerable     | Fuerte    |                |
| La cantidad de basuras que mira en el alcantarillado es:                     | No tiene    | Poca          | Mucha     |                |
| ¿Cómo se encuentra las rejillas del alcantarillado?                          | Buen estado | Mal estado    |           |                |
| <b>ASEO</b>  |             |               |           |                |
| ¿Cada cuánto pasa el servicio de aseo por el barrio?                         | diario      | Dos días      | Tres días | Semanal        |
| ¿Cómo es el horario de recolección de basuras?                               | Malo        | Regular       | Bueno     | Excelente      |
| ¿En qué horario prefiere usted que se haga la recolección de basuras?        | Mañana      | Tarde         | Noche     |                |
| El cumplimiento de horarios de recolección de basuras es:                    | Malo        | Regular       | Bueno     | Excelente      |
| ¿Cómo califica el servicio de aseo?  | Malo        | Regular       | Bueno     | Excelente      |
| <b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>   |             |               |           |                |
| ¿La información que usted solicita, es respondida satisfactoriamente?        | Si          | No            |           |                |
| ¿Cómo es la atención recibida por parte de nuestros asesores?                | Mala        | Regular       | Buena     | Excelente      |
| Cuando solicita petición, queja o reclamo ¿En cuánto tiempo le responden?    | Un día      | 5 días        | 10 días   | 15 días        |
| ¿Cómo considera los horarios de atención por parte de la empresa?            | Malo        | Regular       | Bueno     | Excelente      |
| ¿Cómo es la atención recibida cuando se contacta telefónicamente?            | Mala        | Regular       | Buena     | Excelente      |
| ¿Telefónicamente han resuelto sus inquietudes?                               | Si          | No            |           |                |

**MUCHAS GRACIAS**