

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	Código <b>F-AC-DBL-007</b>	Fecha <b>10-04-2012</b>	Revisión <b>A</b>
Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	Aprobado <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>			Pág. <b>i(1</b> <b>21)</b>

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	HEIDY LORENA GARCIA BUSTAMANTE		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	JOSÉ DE LA ROSA VERGEL PÉREZ		
TÍTULO DE LA TESIS	EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EMPOSANAL S.A E.S.P. CON EL PROPÓSITO DE PROMOVER MEJORAS EN SU GESTIÓN.		
<b>RESUMEN</b> <b>(70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)</b>			
<p>EL PRESENTE TRABAJO DE GRADO PLANTEA LA EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EMPOSANAL S.A E.S.P. CON EL PROPÓSITO DE PROMOVER MEJORAS EN SU GESTIÓN, ESTO SUSTENTADA EN LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA PREVIA A LOS EMPLEADOS Y USUARIOS. LA INVESTIGACIÓN PERMITIDO DETERMINAR LA SATISFACCIÓN Y A SU VEZ LOS PUNTOS QUE PRESENTAN DEBILIDADES, PARA CON BASE EN ESTOS PROPONER UNA RECOMENDACIONES PARA EL MEJORAMIENTO PERTINENTE.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 126	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 11  
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA  
EMPOSANAL S.A E.S.P. CON EL PROPÓSITO DE PROMOVER MEJORAS EN SU  
GESTIÓN.

AUTOR:

HEIDY LORENA GARCIA BUSTAMANTE

Trabajo de Grado para Optar el título de Administrador de Empresas

Director

JOSÉ DE LA ROSA VERGEL PÉREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Febrero de 2018

## **Agradecimientos**

El autor de la investigación da sus más sinceros agradecimientos al director del trabajo de grado, Administrador de Empresas JOSÉ DE LA ROSA VERGEL PÉREZ, por su guía y orientación durante el desarrollo del mismo.

De igual forma a todos los docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por brindarme cada día los conocimientos que hoy en día tengo.

## Índice

<b>Capítulo 1. Evaluación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. con el propósito de promover mejoras en su gestión.</b>	<b>17</b>
1.1 Planteamiento del problema.	17
1.2 Formulación del problema.	18
1.3 Objetivos.	18
1.3.1 Objetivo General.	18
1.3.2 Objetivos Específicos.	19
1.4 Justificación.	19
1.5 Delimitaciones.	20
1.5.1 Delimitación Operativa.	21
1.5.2 Delimitación Conceptual.	22
1.5.3 Delimitación Geográfica.	23
1.5.4 Delimitación Temporal.	24
<b>Capítulo 2. Marco referencial.</b>	<b>25</b>
2.1 Marco histórico.	26
2.1.1 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel mundial.	26
2.1.2 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel nacional.	28
2.1.3 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel local.	30
2.2 Marco teórico.	33
2.2.1 La teoría de los dos factores en la satisfacción en el trabajo.	33
2.2.2 Teoría de la satisfacción del cliente.	34
2.2.3 La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente.	35
2.2.4 Satisfacción de los usuarios.	37
2.2.5 Calidad del servicio.	37
2.2.6 Servicios Públicos.	38
2.2.7 Calidad.	39
2.2.8 Planificación.	39
2.2.9 Usuarios.	39
2.2.10 Clientes.	40
2.2.11 Satisfacción.	40
2.2.12 Demanda.	40
2.2.13 Oferta.	41
2.2.14 Percepción.	42
2.3 Marco legal.	42
<b>Capítulo 3. Diseño Metodológico</b>	<b>27</b>
3.1 Tipo de investigación.	27
3.2 Población y muestra.	57
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información.	60
3.4 Análisis de la información.	60

<b>Capítulo 4. Presentación de resultados</b>	<b>72</b>
4.1 Grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. para identificar los factores que influyen en su productividad.	72
4.2 Percepción que tienen los usuarios de los servicios recibidos por la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. con el fin de establecer su nivel de satisfacción.	72
4.3 Diagnostico situacional actual, de la satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. proponiendo las respectivas recomendaciones con el fin de promover mejoras en su gestión.	87
<b>Capítulo 5. Conclusiones</b>	<b>100</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones</b>	<b>101</b>
<b>Referencias</b>	<b>102</b>
<b>Apéndice</b>	<b>105</b>

## Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación de usuarios por ciclos	36
Tabla 2. Organización en el área de trabajo	52
Tabla 3. Conocimiento de sus funciones y responsabilidades	53
Tabla 4. Distribución de funciones y cargas laborales	54
Tabla 5. Desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo	56
Tabla 6. Información oportuna sobre su desempeño laboral	57
Tabla 7. Relaciones con los compañeros de trabajo	58
Tabla 8. Colaboración de los compañeros para sacar adelante una tarea o actividad	60
Tabla 9. Integración y participación dentro de un equipo de trabajo	61
Tabla 10. Oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo	62
Tabla 11. Seguridad laboral en el puesto de trabajo	64
Tabla 12. Condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias	65
Tabla 13. Infraestructura e instalaciones del área para el desarrollo del trabajo	66
Tabla 14. Dotación de útiles y equipos para el trabajo	68
Tabla 15. Escala salarial	69
Tabla 16. Capacitación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo	70
Tabla 17. Atención de necesidades personales con respecto a capacitación	71
Tabla 18. Contenido suficiente de las capacitaciones	73
Tabla 19. Frecuencia de la aplicación de capacitaciones	74
Tabla 20. Apoyo económico para adelantar estudios técnicos o profesionales	76
Tabla 21. Flexibilidad laboral para el desarrollo de actividades económicas	77
Tabla 22. Fomento de las actividades culturales, recreativas y deportivas que ofrece la empresa	78
Tabla 23. Posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral	79
Tabla 24. En el área de trabajo el trato es con dignidad y respeto	80
Tabla 25. Beneficios que contribuyen a la motivación personal	81
Tabla 26. Presión con la que llega el Agua a su domicilio	83
Tabla 27. Calidad o pureza del Agua que recibe	84
Tabla 28. Aviso de las suspensiones programadas del servicio	85
Tabla 29. Tiempo entre la entrega de la factura y fecha límite de pago	86
Tabla 30. Precio del servicio	87
Tabla 31. Gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas	88
Tabla 32. Estado de las rejillas del alcantarillado	90
Tabla 33. Gestión de arreglos cuando se presentan daños en el servicio	91
Tabla 34. Precio del servicio	92
Tabla 35. Aseo en parques y calles principales del municipio	93
Tabla 36. Cumplimiento de la recolección de basuras	94
Tabla 37. Gestión de olores y ruidos molestos durante la recolección	95
Tabla 38. Disposición final de las basuras	96
Tabla 39. Precio del servicio	97
Tabla 40. Horarios de atención	98
Tabla 41. Amabilidad y atención de los empleados	99
Tabla 42. Tiempo que tarda la empresa en responder su queja o petición	100

Tabla 43. Facilidad para entender la factura	101
Tabla 44. Cantidad de puntos de pago	102
Tabla 45. Satisfacción en las soluciones de los servicios prestados	103

## Lista de figuras

Figura 1. Organización en el área de trabajo.	52
Figura 2. Conocimiento de sus funciones y responsabilidades	53
Figura 3. Distribución de funciones y cargas laborales	55
Figura 4. Desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo	56
Figura 5. Información oportuna sobre su desempeño laboral	58
Figura 6. Relaciones con los compañeros de trabajo	59
Figura 7. Colaboración de los compañeros para sacar adelante una tarea o actividad	60
Figura 8. Integración y participación dentro de un equipo de trabajo	61
Figura 9. Oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo	3
Figura 10. Seguridad laboral en el puesto de trabajo	64
Figura 11. Condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias	65
Figura 12. Infraestructura e instalaciones del área para el desarrollo del trabajo	67
Figura 13. Dotación de útiles y equipos para el trabajo.	68
Figura 14. Escala salarial.	69
Figura 15. Capacitación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo	70
Figura 16. Atención de necesidades personales con respecto a capacitación	72
Figura 17. Contenido suficiente de las capacitaciones	74
Figura 18. Frecuencia de la aplicación de capacitaciones.	75
Figura 19. Apoyo económico para adelantar estudios técnicos o profesionales	76
Figura 20. Flexibilidad laboral para el desarrollo de actividades económicas.	77
Figura 21. Fomento de las actividades culturales, recreativas y deportivas que ofrece la empresa	78
Figura 22. Posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral	79
Figura 23. En el área de trabajo el trato es con dignidad y respeto	80
Figura 24. Beneficios que contribuyen a la motivación personal.	81
Figura 25. Presión con la que llega el Agua a su domicilio	83
Figura 26. Calidad o pureza del Agua que recibe	84
Figura 27. Aviso de las suspensiones programadas del servicio	85
Figura 28. Tiempo entre la entrega de la factura y fecha límite de pago	86
Figura 29. Precio del servicio	87
Figura 30. Gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas	89
Figura 31. Estado de las rejillas del alcantarillado	90
Figura 32. Gestión de arreglos cuando se presentan daños en el servicio	91
Figura 33. Precio del servicio	92
Figura 34. Aseo en parques y calles principales del municipio	93
Figura 35. Cumplimiento de la recolección de basuras	94
Figura 36. Gestión de olores y ruidos molestos durante la recolección	95
Figura 37. Disposición final de las basuras	96
Figura 38. Precio del servicio	97
Figura 39. Horarios de atención	98
Figura 40. Amabilidad y atención de los empleados	99
Figura 41. Tiempo que tarda la empresa en responder su queja o petición	100
Figura 42. Facilidad para entender la factura	101

Figura 43. Cantidad de puntos de pago	102
Figura 44. Satisfacción en las soluciones de los servicios prestados	103

## Lista de apéndices

Apéndice 1. Encuesta dirigida a los Usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.	125
Apéndice 2. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.	126

## Resumen

El presente trabajo de grado plantea la evaluación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa Emposanal S.A E.S.P. con el propósito de promover mejoras en su gestión, esto sustentada en la aplicación de una encuesta previa a los empleados y usuarios. La investigación permitió determinar la satisfacción y a su vez los puntos que presentan debilidades, para con base en estos proponer una recomendaciones para el mejoramiento pertinente.

De otra parte teniendo en cuenta que los clientes son la razón de ser de las organizaciones, es importante brindarles un buen servicio, un reclamo es una forma de decir a la empresa que lo puede hacer mejor. Si se atiende, el cliente permanecerá y la empresa encontrará su diferencia competitiva, si no se le atiende y se generan motivos para que el cliente reclame, se pierde imagen y credibilidad, lo cual trasciende a potenciales clientes.

Para lo anterior se tuvo en cuenta un marco referencial que contiene a su vez un marco histórico, conceptual, teórico, contextual y legal, de igual forma el diseño metodológico contempla el tipo de investigación descriptiva, la población conformada por los empleados y la muestra de los usuarios, el tipo de instrumento utilizado que fue la encuesta y la forma de procesar los datos cuantitativa y cualitativamente.

Todo lo anterior permitió el desarrollo de los objetivos específicos, realizar conclusiones y recomendaciones pertinentes para el proyecto de investigación.

## Introducción

Medir el nivel de satisfacción de los clientes, es primordial para conocer la conformidad que estos tienen sobre los productos o servicios que le ofrece la empresa, de allí deriva la estrategia que hace parte de la modernización y el cambio que quiere realizar la Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo del municipio de San Alberto, EMPOSANAL S.A E.S.P, sabiendo que la satisfacción del cliente es un factor determinante para el éxito de la organización.

Teniendo en cuenta lo anterior, se propone realizar la Evaluación del cliente en dos fases; en primer momento, se concentrarán los esfuerzos en la aplicación de una encuesta a los empleados, que permita analizar las variables como el área de trabajo, el ambiente de trabajo, las condiciones laborales, la capacitación, formación y la motivación, para con esto, identificar aquellas que requieren atención inmediata, con el fin de que la empresa aplique correctivos y se mejore la competitividad de la empresa en el mercado.

Como segunda fase, se plantea evaluar a los usuarios, por medio de una encuesta que integra los servicios que ofrece la empresa, incluyendo la atención al cliente, lo que permitirá tener por primera vez, un resultado tabulado y preciso de la opinión que tienen los Sanalbertences de su empresa de acueducto.

Con la realización de estas dos fases, se pretende realizar el diagnóstico de Satisfacción del cliente, que permita visualizar a los administrativos mejoras en la gestión, que impacten positivamente en la calidad de vida de empleados y usuarios.

## **Capítulo 1. Evaluación del nivel de satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. con el propósito de promover mejoras en su gestión.**

### **1.1 Planteamiento del problema.**

Actualmente, la carencia de gestión en materia de Atención al usuario y calidad de los procesos en las empresas de servicios públicos, conlleva a los clientes a interponer quejas, reclamos y peticiones; Estas son radicadas por el incumplimiento de la expectativa del usuario sobre el servicio proporcionado. Por consiguiente, un cliente insatisfecho puede provocar la pérdida de credibilidad y lealtad hacia la entidad y, posterior a ello, generar la disminución de utilidades en una empresa, estancamiento en el mercado y una mala imagen ante la sociedad, entre otras.

Durante los años 2013 y 2014, la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios realizó una auditoria en la Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de San Alberto, EMPOSANAL S.A. E.S.P. Encontrando que la principal causa de reclamación se debe a la inconformidad en el consumo de acueducto y cobros inoportunos en el alcantarillado. Además, se evidenció que la empresa no hace registro de las reclamaciones ni se identifica el servicio. Igualmente, no realiza seguimiento de los trámites de las quejas desde la presentación, verificación y respuesta generada, en concordancia con lo establecido en el Capítulo 4 de la Ley 142 de 1994.

Hoy en día, la empresa maneja un formato de quejas y reclamaciones, el cual no es claro y por consiguiente no permite hacer seguimiento a las inconformidades de los clientes. Además, se evidencia que no se tiene claro un canal de análisis que permita a la empresa identificar con exactitud las principales falencias de su servicio y trabajar en ellas para su mejoramiento.

Por ser una empresa de servicios públicos, EMPOSANAL S.A. E.S.P. está controlada y vigilada por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, que a su vez proporciona las obligaciones y responsabilidades que deben cumplir para el desarrollo de sus actividades; por tanto, es un obstáculo para la empresa, la incertidumbre que genera no tener estudios del nivel de la satisfacción de sus usuarios, lo cual puede llegar a impedir tomar las acciones correctas que aseguren la prestación del servicio efectiva y eficientemente. El incumplimiento de estas obligaciones, trae como consecuencias sanciones, multas y descertificaciones por parte de entidades del estado, que desequilibran la solvencia financiera de la empresa y por ende la calidad de los servicios prestados en el municipio.

## **1.2 Formulación del problema.**

¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A. E.S.P.?

## **1.3 Objetivos.**

**1.3.1 Objetivo General.** Evaluar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa de acueducto, alcantarillado y aseo de San Alberto, Cesar, EMPOSANAL S.A E.S.P.

**1.3.2 Objetivos Específicos.** Determinar el grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. para identificar los factores que influyen en su productividad.

Investigar la percepción que tienen los usuarios de los servicios recibidos por la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. con el fin de establecer su nivel de satisfacción.

Diagnosticar la situación actual de Satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. proponiendo las respectivas recomendaciones con el fin de promover mejoras en su gestión.

#### **1.4 Justificación.**

Para la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, la distribución municipal de agua apta para el consumo humano, incluida su conexión y medición, se complementa con el servicio de alcantarillado y aseo; las empresas prestadoras son las responsables del cumplimiento de las normas, garantizando la calidad del servicio (Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, 2012). La empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. como prestadora de los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado y de aseo, considera que es de gran importancia conocer la percepción que tienen sus clientes de la calidad del servicio que están prestando, con el fin de interpretar, analizar y así, identificar oportunidades de mejora.

El constructo de calidad del servicio es, además, complejo por cuanto a su vez las percepciones de los clientes dependen de múltiples factores tales como la percepción, motivación, actuaciones de los empleados, la satisfacción laboral de éstos, y de toda la emoción positiva; por lo que gran parte de los responsables de la calidad son los empleados y sus actuaciones. (Gracia et al y Salanova, 2010); Es por ello, que la realización de una evaluación del nivel de satisfacción del cliente, nos permitirá conocer la percepción y comprender la trascendencia que debe tener el servicio en su bienestar, teniendo en cuenta que la insatisfacción de sus necesidades puede acarrear la disminución de su productividad generando servicios de baja calidad.

El servicio al cliente es considerado un factor importante en la competitividad de las empresas en el mercado, además de la calidad del producto o servicio prestado; El usuario insatisfecho, es considerado una amenaza para el desarrollo e imagen de las organizaciones, ya que genera graves problemas. Por consiguiente, es indispensable brindar una buena atención al cliente, lo que permite una mayor lealtad de los clientes y usuarios, incremento en las ventas y la rentabilidad de la empresa, menos quejas y reclamaciones, originando mejor clima laboral.

Anteriormente no se han realizado investigaciones de este tipo en la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., que permitan tipificar a los usuarios de acuerdo a sus necesidades, facilitando la elaboración de planes de mejoramiento, la toma de decisiones o las soluciones a las inconformidades de los usuarios. Solucionar de manera óptima las problemáticas presentadas por los usuarios, permite ejecutar de manera eficiente los recursos de la empresa focalizando esfuerzos, y con esto, disminuir los costos de operación e inversión, esto a su vez impacta

positivamente al realizar la rendición pública de cuentas; demostrando el cumplimiento de las normas y reglamentaciones establecidas por las entidades reguladoras del estado.

## **1.5 Delimitaciones.**

**1.5.1 Delimitación Operativa.** Para el desarrollo de la investigación se requiere la información básica de los usuarios, lo que permita aplicar un instrumento de recolección de datos y así, analizar las percepciones que tienen estos frente a los servicios que presta la empresa.

**1.5.2 Delimitación Conceptual.** En esta investigación se tendrán en cuenta conceptos relacionados con la satisfacción de los usuarios y calidad del servicio, Servicios Públicos, Calidad, Planificación, Usuarios, Clientes, Satisfacción, Demanda, Oferta, Percepción, entre otros.

**1.5.3 Delimitación Geográfica.** La investigación se realizará en el casco urbano y rural del municipio de San Alberto, Cesar donde se prestan los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

**1.5.4 Delimitación Temporal.** El tiempo estipulado para la entrega del proyecto a las directivas de la Universidad y de la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. es de 8 semanas, a partir de su aprobación.

## Capítulo 2. Marco referencial.

### 2.1 Marco histórico.

**2.1.1 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel mundial.** Aunque hoy en día la mayoría de las empresas proclama que la satisfacción y el servicio al cliente se encuentran entre sus prioridades, la realidad a la que se enfrenta este último (en forma de promesas incumplidas, contestadores automáticos, largas colas de espera, etc.) confirma más bien lo contrario. Ello suele deberse a que, para muchas de esas empresas, el vínculo entre unos niveles altos de satisfacción del consumidor y los beneficios generales permanece poco claro. Como resultado y, a pesar de sus declaraciones, la mayoría de las empresas no se compromete en firme con sus clientes. Este lamentable descuido acarrea unas pérdidas económicas considerables, ya que existe una relación directamente proporcional entre unos clientes descontentos y el valor de las acciones (Denove & D. Power, 2017).

Así lo demuestran, por ejemplo, los datos recogidos por la J. D. Power & Associates en la industria automovilística mediante una encuesta realizada a 50.000 conductores. A todos ellos se les pidió indicar el nivel de satisfacción general con su compra (incluyendo todos los aspectos de la adquisición y el uso del vehículo: servicio en el concesionario, calidad del producto, rendimiento, etc.). Las opciones de respuesta eran tres (satisfacción baja, media y alta); luego se dividían por fabricantes para determinar si el volumen de ventas de los mejor puntuados crecía más rápidamente. Una vez hechos todos los cálculos, se demostró que entre los años 1998 y 2003 el volumen de ventas de las compañías con mayor nivel de satisfacción del cliente había

aumentado un 40%, mientras que las que recibieron una baja puntuación perdían ventas progresivamente (Denove & D. Power, 2017).

De otra parte, se debe decir que no se tienen estudios que ofrezcan la medición de la satisfacción del cliente interno, dentro de este apartado, se irá describiendo de forma resumida las aportaciones que han hecho algunos pioneros en este tema tan importante para la gestión de la calidad. Para (M.J., 2009): “Los clientes externos son aquellos que compran un producto o utilizan algún servicio, se suelen identificar con bastante facilidad”. En cambio, reconocer a los clientes internos es una tarea más difícil. Los clientes internos son los empleados que están continuamente relacionándose con otro empleado dentro de la misma empresa e incluso con el cliente externo.

En la mayoría de las empresas no se tiene en cuenta la opinión del cliente interno, de sus trabajadores, y para que este sistema se implante de manera eficaz hay que tener en cuenta a todos los empleados y verlos como un aspecto muy importante a la hora de realizar este tipo de gestión. Pero los clientes internos no son sólo los trabajadores. No hay que olvidarse de otros de los aspectos más importantes dentro del ciclo de producción como son los proveedores. Antes de detectar problemas en el producto, es mejor disminuir tanto como sea posible la probabilidad de que éstos ocurran. Para ello es necesario controlar a los proveedores. Muchos de los problemas que aparecen en el proceso de producción provienen de los proveedores. Controlándolos se actuará de manera proactiva, anticipándonos al problema antes de que aparezca.

**2.1.2 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel nacional.** La presente investigación contiene los resultados del proceso que se desarrolló el Centro de Estudio de Opinión (CEO) de la Universidad de Antioquia para las Empresas Públicas de Medellín, con base en el convenio de colaboración técnica, científica y académica (Contrato No.9DJ-9610/78), bajo el nombre de "Investigación sobre los niveles de satisfacción de los clientes - auditoría del servicio -, título que concuerda con todo el sentido de la visión de las Empresas Públicas de Medellín, que se expresa en "ser una empresa líder en Colombia y relevante en Latinoamérica en la prestación integral de servicios públicos domiciliarios y conexos, que a partir del conocimiento de las necesidades de los clientes, les brinde soluciones de valor agregado y un nivel de excelencia que los satisfaga, y de esta manera garantice su lealtad y maximice el valor generado por cada uno de ellos", ya que para toda proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre las cuales se montan los servicios de excelencia, que en última instancia es el objetivo finalista de la investigación, porque se recomienda enmarcar los resultados en la construcción de la calidad, bajo los postulados del despliegue de la función de calidad (QFD : Quality function deployment) , como una actividad reiterativa, donde cobra más valor la investigación en la medida que se constituye en el punto de partida del diseño de los servicios como procesos de mejoramiento continuo. (Barrera, 2016).

De una parte, el equipo de la Universidad de Antioquia, comporta una experiencia y bagaje científico sobre el tema, que de manera sincera y desprevenida ha presentado, discutido y explicado a los funcionarios de Empresas Públicas Municipales y de otra parte, todos han visto su trabajo como un proceso de investigación que se adelanta en los campos del mercadeo de los servicios y de manera especial en materia de la tecnología de la investigación de mercadeo de los

servicios, campos ambos incipientes en el medio, donde aún se trasladan de manera mecánica los conceptos y tratamientos del mercadeo de los bienes manufacturados al sector de los servicios, que se distinguen de manera grave por su intangibilidad. La lectura de este informe, debe estar enmarcada en las relaciones entre investigadores y no entre comprador y vendedor de datos (Barrera, 2016).

Por ello, en él se encuentran de manera detallada las etapas y dificultades del proceso de investigación como constancia del rigor y seriedad que envuelve un trabajo científico y práctico realizado por académicos, además que, aunque todo el volumen puede acusar de pesado, es para dejar constancia del recorrido en el progreso práctico de la metodología y de la teoría sobre la satisfacción del cliente de los servicios de telecomunicaciones. Es de especial mención, la novedad del trabajo; son los usuarios de los servicios los que han permitido con sus propias declaraciones, la construcción de las proposiciones del instrumento de medición de satisfacción, no los empleados, ni los jefes, ni los contratistas, de una manera a priori e imaginativa.

Para complementar esta gran diferencia en la metodología, son los procesos estadísticos, los que han permitido la selección de las proposiciones del cuestionario de medición, no los juicios personales, no los criterios de los contratantes, ni los análisis descriptivos de los datos. La Universidad, además de agradecer el convenio, estima que este tipo de entendimiento con entidades de la respetabilidad de las Empresas Públicas Municipales posibilita el desarrollo de la ciencia y tecnología, en el país, tan importante en la era de la globalización y de la empresa de talla mundial (Barrera, 2016).

De otra parte, se debe mencionar que una manera de conocer la insatisfacción de los clientes son las solicitudes, quejas y reclamos radicados por los consumidores financieros, aunque cada entidad tiene su metodología de medir la satisfacción de los mismos. Se realizó un estudio con 3.000 personas sobre satisfacción de clientes, en las principales ciudades del país, en dicha encuesta se preguntó cuántos de ellos se han quejado ante su banco y los resultados muestran que los clientes satisfechos se quejan menos de las entidades con las que tienen sus productos y viceversa entre menos satisfechos más tienden a encontrar errores de sus productos o servicios y a manifestar sus inconformidades, radicando quejas. El 11,4% de los usuarios bancarios presentaron reclamaciones según las estadísticas de la Superintendencia Financiera, determinan que el tema que más les molesta a los consumidores financieros es la atención indebida, el segundo motivo con mayor número de quejas son las fallas en los cajeros automáticos y por incumplimientos o cambios en los contratos, lo anterior para el año 2008 (Portafolio, 2015).

Los bancos con mayor número de quejas presentadas en el primer semestre de 2010:

Banco Colpatria: 17.5%

Bancolombia: 17.3%

Banco BCSC: 9.4%

Banco Citibank: 8.3%

Banco Santander: 7.9%

Banco de Occidente: 6.3%

Banco de Bogotá: 5.2%

Banco de Davivienda: 5.0%

Las estadísticas para el año 2012 cambian de manera significativa, se recibieron 43.198 quejas por la Superintendencia Financiera de Colombia, el 32% denunció la indebida atención motivo que sigue punteando las quejas de las entidades financieras con un 32%; el 11% considera que se presentan irregularidades de visión o liquidación y un 9% se quejó por aspectos contractuales. El 9% se quejó por reportes a centrales de riesgo (Bernal Gómez, 2015).

**2.1.3 Antecedentes de la satisfacción del cliente a nivel local.** Según la investigación realizada a nivel local no existen antecedentes del tema, relacionados con otras empresas.

El municipio de San Alberto se encuentra localizado al sur del Departamento del Cesar, tiene una extensión de 57.269 hectáreas. Como población fue fundada por Don Luis Felipe Rivera James, el 20 de Mayo de 1955 y elevado a municipio mediante ordenanza N° 003 del 27 de Noviembre de 1976, a partir de una segregación del Municipio de Río de Oro; posteriormente, en el año de 1983, de acuerdo a la ordenanza 01 del 19 de Noviembre fue disminuido parte de su territorio para dar paso a la creación del Municipio de San Martín.

Limita al Norte con el municipio de San Martín a través de las quebradas Minas y las Micas, al Sur con los departamentos de Santander y Norte de Santander a través del río San Alberto del Espíritu Santo, al occidente con el departamento de Santander a través del río Lebrija y oriente con el Municipio de Abrego de Norte de Santander en la divisoria de aguas de la Loma de la Peña (Plan de desarrollo Municipal de San Alberto. Cesar, 2014).

La parte más baja del municipio se encuentra localizada a 50 m.s.n.m. al occidente de la zona; el casco urbano está a una altura de 120 m.s.n.m. y la parte más alta se encuentra a una altura de 2600 metros al extremo oriental de la zona. Otros datos geográficos de la cabecera Municipal son:

Latitud Norte: 07° 45' 09"

Longitud Oeste: 73° 23' 21"

Temperatura media: 27,7°C

Precipitación media anual: 2.313 mm.

Distancia San Alberto-Valledupar: 350 km.

Desde el punto de vista fisiográfico el municipio presenta paisajes de vertientes, colinas, piedemontes y valles de topografía plana los cuales ocupan el 2.66% del territorio Departamental; las vertientes se encuentran localizadas al oriente y ocupan aproximadamente un 30 % del área; la zona de colinas y piedemontes se encuentran en el centro de la zona y ocupan aproximadamente el 15 % del área; los valles planos y depresiones aluviales se encuentran al centro -occidente y al occidente de la zona ocupando aproximadamente un 55% del área total (Plan de desarrollo Municipal de San Alberto. Cesar, 2014)

De otra parte para la evaluación del nivel de la satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. con el propósito de promover mejoras en su gestión, se debe decir que en un reciente informe presentado por el gerente de la empresa de servicios públicos del municipio de San Alberto, Álvaro Díaz, se dio a conocer que, según el sistema con el que venían trabajando las administraciones anteriores, de las seis mil usuarios del servicio de agua potable,

solo 4.700 aparecían registrados, lo que significa que más de 1.200 gozaban del servicio sin cancelarlo, generaba un millonario detrimento a Emposanal.

Basados en esta información se inició por parte de la administración un programa de identificación de usuarios para consolidar una base de datos que permita establecer el número de clientes con los que realmente cuenta la empresa.

“Hoy estamos haciendo un trabajo de sistematización con el fin de aumentar el recaudo de la empresa y así poder realizar mayores inversiones que contribuyan al mejoramiento del servicio”, expresó el gerente de Emposanal. El funcionario dijo que su prioridad es sacar adelante a la empresa de servicios públicos, que es patrimonio de San Alberto, porque con un mejor servicio habrá mayor recaudo y con ello mayor inversión.

Por último, indicó que ha adquirido equipos para realizar la lectura de los medidores, herramientas de trabajo para las cuadrillas que atienden las emergencias, aumento del número de operarios y los trabajos de limpieza en las alcantarillas para evitar el colapso del alcantarillado pluvial en épocas de invierno (Banderas, 2016).

## **2.2 Marco teórico.**

**2.2.1 La teoría de los dos factores en la satisfacción en el trabajo.** La teoría de los dos factores fue formulada por Herzberg en el ámbito de la satisfacción en el trabajo. Según esta conocida teoría existen unos factores que determinan la satisfacción laboral y otros factores muy

distintos que determinan la insatisfacción laboral. Los factores higiénicos producirán insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirán satisfacción si su nivel es suficiente.

Por contra, los factores de crecimiento generaran satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. En este sentido, la satisfacción y la insatisfacción no serían polos opuestos de un mismo continuo, como mantiene la teoría tradicional (según la cual cualquier factor puede producir satisfacción o insatisfacción dependiendo del nivel que alcance y de la importancia que tenga para cada persona), sino que habría un doble continuo, en el que lo contrario de la insatisfacción no sería la satisfacción, sino la ausencia de insatisfacción, y lo contrario de la satisfacción no sería la insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción (Lavado, 2008).

**2.2.2 Teoría de la satisfacción del cliente.** De las numerosas definiciones existentes de satisfacción del cliente (Howard y Sheth, 1969; Hunt, 1977; Oliver, 1981; Churchill y Surprenant, 1982; Kotler y Dubois, 1993/4; Evrard, 1993/4), en este trabajo vamos a considerar la dada por Evrard (1993/4; p. 54) que define la satisfacción del cliente como "un estado psicológico resultado de un proceso de compra y de consumo", por ser muy general y no incluir la base de referencia con la que el cliente compara su experiencia de compra y de consumo, que es objeto de controversia entre los investigadores. La satisfacción del cliente va unida a cada transacción específica, a diferencia de la actitud hacia un producto o servicio que es general y puede existir sin que haya habido una experiencia personal de compra y de consumo concreta (Oliver, 1980; Evrard, 1993/4; Lewis y Mitchell, 1990). La calidad de servicio percibida es similar a la actitud hacia un servicio (Boulding, Kalra, Staelin y Zeitharnl, 1993; Cronin y

Taylor, 1992; Bitner, 1990; Churchill y Surprenant, 1982), y no está vinculada a cada transacción específica como la satisfacción del cliente, sino que es una valoración global o de conjunto del servicio (Lavado, 2008).

De otra parte, la satisfacción del cliente es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos. En este capítulo se hará una breve reseña de la literatura de la satisfacción del cliente publicada hasta el momento, intentaremos obtener una descripción del concepto de satisfacción del cliente y se discutirán las técnicas usadas con mayor frecuencia y las más importantes para la medición de la satisfacción del cliente (Westbrook, 1991).

**2.2.3 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. 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 (Lavado, 2008).

En Swan y Combs (1976) y Maddox (1981), que son investigaciones que únicamente estudian productos, la clasificación de algunos de sus aspectos en dimensiones instrumental es, vinculadas a la insatisfacción, y dimensiones simbólicas, vinculadas a la satisfacción, plantea cierta ambigüedad, lo que hace que los resultados obtenidos dependan de la forma en que se resuelva la misma. 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 (Alvarez Sanchez & Ruedas Blanco, 2016).

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 (Alvarez Sanchez & Ruedas Blanco, 2016).

**2.2.4 Satisfacción de los usuarios.** Si bien es de todos los estudiosos de la bibliotecología conocido que el principio y el fin del ciclo de producción y transferencia de conocimiento es el usuario, aprehender la idea que es nuestra esencia, nuestro principio ontológico, le imprime una mayor relevancia a la determinación de sus características y necesidades para cubrirlas íntegramente, es decir satisfacerlas.

La frase satisfacción de usuarios aparece en la siguiente década (1970), y poco a poco ha ido abriéndose paso hasta ser concebida como una de las formas básicas de la evaluación general de las unidades de información. A finales de esa década, White (1978) resalta ya la relevancia de la satisfacción, pues señala como propósito fundamental de la evaluación: La maximización del uso de la información, lo que: Enfatiza la diseminación más que el almacenamiento; la satisfacción del usuario antes que la del bibliotecario; el alcance más que el estudio, y, en general, la actividad antes que la pasividad (Hernandez Salazar, 2011).

**2.2.5 Calidad del servicio.** Es el nivel de excelencia que la empresa prestadora del servicio decide lograr y mantener, en función de los deseos y necesidades de sus clientes. "La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía". La calidad de servicio no es fácil de

conceptualizar pues se entiende que está sujeto a una serie de valores subjetivos, pero entendemos que está directamente relacionado con la percepción que tiene el cliente de un servicio en particular.

La calidad de servicio, que se extiende a la excelencia en el servicio al cliente y atención al cliente, garantiza la supervivencia de la empresa en un medio competitivo e incluso puede significar su liderazgo, por lo que la satisfacción del cliente es clave del éxito comercial. En aquellas empresas en las cuales su producto es un servicio que se presta, la calidad no puede medirse matemáticamente y dependerá casi exclusivamente de la percepción del cliente, por lo que una efectiva interacción entre el cliente y la empresa se hace más necesaria que nunca. En este caso, el producto depende de un accionar de la empresa, no es un producto concreto, por lo que la estandarización de su calidad es imposible y deberá adaptarse en el tiempo a las necesidades del cliente (Sondexo servicio de calidad de vida, 2017).

**2.2.6 Servicios Públicos.** Los servicios públicos de suministro (agua, electricidad y gas) son fundamentales y desempeñan un papel esencial en el desarrollo económico y social. Los servicios públicos de suministro de calidad son una condición sine qua non para la erradicación efectiva de la pobreza. Los gobiernos son responsables en último término de asegurar el acceso fiable y universal a los servicios en unos marcos normativos que prevean la rendición de cuentas. La creciente competencia en el sector de los servicios públicos de suministro en los últimos años ha conllevado cambios en los marcos normativos y estructuras de responsabilización de las empresas, además de la diversificación de las actividades empresariales. Estos cambios han

tenido efectos en la seguridad del trabajo y las condiciones de trabajo en el sector (Organización Internacional del Trabajo, 2017).

**2.2.7 Calidad.** La calidad está asociada a muchas definiciones dependiendo el enfoque que se busque resaltar. Uno de los enfoques típicos es definir Calidad desde la perspectiva del cliente o consumidor final. Básicamente se dice que un producto o servicio es de calidad se satisface adecuadamente las expectativas de dicho cliente. En esta definición queda de manifiesto que la calidad es un concepto relativo y depende de la valoración que tiene una persona por las prestaciones de un producto o servicio. De esta forma se explica que un mismo producto puede ser percibido (en términos de calidad) en forma distinta por 2 personas; más aún, una misma persona dependiendo de la oportunidad, estado de ánimo, etc, puede estar más o menos conforme con un producto o servicio que este consumiendo (Iso 9001:2008, 2017).

**2.2.8 Planificación.** La planificación (planeación o planeamiento) es una función administrativa que comprende el análisis de una situación, el establecimiento de objetivos, la formulación de estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos, y el desarrollo de planes de acción que señalen cómo implementar dichas estrategias (Crece mujer, 2017) .

**2.2.9 Usuarios.** Somos todas las personas que por cualquier razón usamos o consumimos los servicios públicos domiciliarios. Así, usuario es el propietario, poseedor, tenedor o arrendatario de un inmueble residencial o comercial (Aguas de Cartagena, 2017).

**2.2.10 Clientes.** Un Cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Del latín “Cliens” nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos de clientes, todos de acuerdo al tipo de compra o servicio que solicitan.

**2.2.11 Satisfacción.** Las necesidades humanas son comunes a todas las culturas, pero éstas varían en la forma de resolverlas. A estas diferentes formas de resolver las necesidades las denominaremos satisfactores.

Las necesidades humanas son pocas, delimitadas y clasificables.

Las necesidades humanas son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos.

Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades.

Cada sistema económico, social y político adopta diferentes estilos para la satisfacción de las mismas necesidades humanas fundamentales. En cada sistema éstas se satisfacen (o no) a través de la generación (o no generación) de diferentes tipos de satisfactores. Uno de los aspectos que define una cultura es su elección de satisfactores (sociólogos.com, 2016).

**2.2.12 Demanda.** Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio

específico. La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no.

Algunos de estos factores son las preferencias del consumidor, sus hábitos, la información que éste tiene sobre el producto o servicio por el cual se muestra interesado, el tipo de bien en consideración (véase Bienes) y el poder de compra; es decir, la capacidad económica del consumidor para pagar por el producto o servicio, la utilidad o bienestar que el bien o servicio le produzca, el precio, la existencia de un bien complementario o sustituto (véase Bienes), entre otros. Es importante aclarar que estos factores no son estáticos, pues pueden cambiar a través del tiempo o en un momento determinado.

En el análisis económico se tiende a simplificar este panorama manteniendo en niveles constantes todos los factores con excepción del precio; de esta forma, se establece una relación entre el precio y la cantidad demandada de un producto o servicio. Esta relación se conoce como la curva de demanda (Banco de la República, 2015).

**2.2.13 Oferta.** Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado (Banco de la República, 2015).

**2.2.14 Percepción.** En las últimas décadas el estudio de la percepción ha sido objeto de creciente interés dentro del campo de la antropología, sin embargo, este interés ha dado lugar a problemas conceptuales pues el término percepción ha llegado a ser empleado indiscriminadamente para designar a otros aspectos que también tienen que ver con el ámbito de la visión del mundo de los grupos sociales, independientemente de que tales aspectos se ubiquen fuera de los límites marcados por el concepto de percepción. Es común observar en diversas publicaciones que los aspectos calificados como percepción corresponden más bien al plano de las actitudes, los valores sociales o las creencias. Aun cuando las fronteras se traslapan, existen diferencias teóricas entre la percepción y otros aspectos analíticos que hacen referencia a distintos niveles de apropiación subjetiva de la realidad (Vargas Melgarejo, 1994).

### **2.3 Marco legal.**

**Constitución Política de Colombia de 1991.** La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos (República de Colombia, 2012).

**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.

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 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 (Congreso de Colombia, 2012).

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 (Congreso de Colombia, 2012).

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 (Congreso de Colombia, 2012).

**Norma ISO 9000:00.** Objeto y campo de aplicación, esta Norma Internacional describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad, los cuales constituyen el objeto de la familia de Normas ISO 9000, y define los términos relacionados con los mismos. Esta Norma Internacional es aplicable a: a) las organizaciones que buscan ventajas por medio de la implementación de un sistema de gestión de la calidad. b) las organizaciones que buscan la confianza de sus proveedores en que sus requisitos para los productos serán satisfechos. c) los

usuarios de los productos. d) aquellos interesados en el entendimiento mutuo de la terminología utilizada en la gestión de la calidad (por ejemplo: proveedores, clientes, entes reguladores). e) todos aquellos que, perteneciendo o no a la organización, evalúan o auditan el sistema de gestión de la calidad para determinar su conformidad con los requisitos de la Norma ISO 9001 (por ejemplo: auditores, entes reguladores, organismos de certificación/registro). f) todos aquellos que, perteneciendo o no a la organización, asesoran o dan formación sobre el sistema de gestión de la calidad adecuado para dicha organización. g) quienes desarrollan normas relacionadas (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2015).

Fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad. Base racional para los sistemas de gestión de la calidad Los sistemas de gestión de la calidad pueden ayudar a las organizaciones a aumentar la satisfacción de sus clientes. Los clientes necesitan productos con características que satisfagan sus necesidades y expectativas. Estas necesidades y expectativas se expresan en la especificación del producto y generalmente se denominan requisitos del cliente. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización. En cualquier caso, es finalmente el cliente quien determina la aceptabilidad del producto. Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes y debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos, las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos y procesos.

El enfoque a través de un sistema de gestión de la calidad anima a las organizaciones a analizar los requisitos del cliente, definir los procesos que contribuyen al logro de productos aceptables para el cliente y a mantener estos procesos bajo control. Un sistema de gestión de la

calidad puede proporcionar el marco de ISO 9000:2005 (traducción certificada) referencia para la mejora continua con objeto de incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas. Proporciona confianza tanto a la organización como a sus clientes, de su capacidad para proporcionar productos que satisfagan los requisitos de forma coherente (Instituto Colombiano de Normas Tecnicas y Certificación, 2015).

## **Capítulo 3. Diseño Metodológico**

### **3.1 Tipo de investigación.**

Según Sabino (1986) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. (Pág. 51)

Con base a este concepto, la investigación se desarrollará de tipo descriptiva, ya que se tipificará a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A con el fin de identificar sus características y sus principales inconformidades, y de esta forma conocer la realidad de la satisfacción de los servicios que están recibiendo, siendo este el objeto de estudio, y así exponer la información cuidadosamente analizada a la empresa, lo más cercana posible a la realidad.

### **3.2 Población y muestra.**

La población objeto de estudio estuvo conformada por los 4.710 usuarios de la empresa de acueducto, alcantarillado y aseo de San Alberto, EMPOSANAL S.A E.S.P. para la evaluación externa; para la evaluación interna, la población a estudiar fue los 21 empleados de la

organización, distribuidos en Personal Administrativo, Operarios de planta, Operarios de Fontanería y de Atención al cliente, que suman en total 4.731 clientes.

Para realizar la evaluación de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S. P, se trabajó con la totalidad de la población, es decir los 21 empleados de la organización, con el fin de obtener información más completa y precisa. Para este caso no se aplica método de muestreo.

En cuanto a la evaluación de satisfacción del cliente externo, y por tratarse de una población tan numerosa, se consideró realizar el método de muestreo probabilístico con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Muestra

N = Población de estudio = 4710

Z = Nivel de confianza = 95% = 1,96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0,5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0,5

e = Error de estimación = 5% = 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 4710 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(4710 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{4523}{13}$$

$$n = 348$$

Ya que la empresa dividió al municipio en 8 ciclos, conformados así, Ciclo 1, veredas EL Líbano, Puerto Carreño y La palma; Ciclo 2, barrios San Rafael, El Centro, El Carmen y Vía la palma; Ciclo 3, barrios La Marina, Villa prado, 23 de agosto, San Bernardo etapa 1 y La Inmaculada; Ciclo 4, barrios 1° de Mayo y Arévalo; Ciclo 5, barrio Villa Fanny; Ciclo 6, barrio Betancur; Ciclo 7, barrio 1° de Abril y Ciclo 8, barrios Oasis, Los Pinos y San Bernardo etapa 2; en la tabla siguiente se distribuyeron las encuestas para aplicar a los diferentes ciclos del municipio utilizando una regla de tres para el porcentaje y el número de encuestas a aplicar en cada ciclo de la siguiente manera:

**Tabla 1.**

*Clasificación de usuarios por ciclos*

CICLO	USUARIOS	PORCENTAJE	N° DE ENCUESTAS
Ciclo 1	268	6%	20
Ciclo 2	616	13%	46
Ciclo 3	930	20%	69
Ciclo 4	550	12%	41
Ciclo 5	624	13%	46
Ciclo 6	468	10%	35
Ciclo 7	712	15%	53

Tabla 1. (Continuación)

Ciclo 8	542	12%	40
Total	4710	100%	348

**Nota.** Autor del proyecto

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

Se aplicó la encuesta como método de recolección de información, que abarcó los diferentes servicios que está prestando la organización, para identificar la percepción de los clientes en cuanto al tema de satisfacción, se elaboraron dos modelos de cuestionarios, el primero dirigido al cliente interno y el segundo al cliente externo, con el fin de que no se distorsione la información.

### **3.4 Análisis de la información.**

Para el desarrollo de la investigación se requirió de la información básica de los usuarios, lo que permitió aplicar un instrumento de recolección de datos y así, analizar las percepciones que tienen estos frente a los servicios que presta la empresa. En esta investigación se tuvo en cuenta conceptos relacionados con la satisfacción de los usuarios y calidad del servicio, Servicios Públicos, Calidad, Planificación, Usuarios, Clientes, Satisfacción, Demanda, Oferta, Percepción, entre otros.

La investigación se realizó en el casco urbano y rural del municipio de San Alberto, Cesar donde se prestan los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo de la empresa EMPOSANAL

S.A E.S.P. El tiempo estipulado para la entrega del proyecto a las directivas de la Universidad y de la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. es de 8 semanas, a partir de su aprobación.

Para la recolección de la información en primera instancia, se realizó una encuesta de percepción (Apéndice 1), esta encuesta cuenta con 9 ítems y cada ítem contiene una respuesta categorizadas con el fin de realizar un análisis de correspondencia múltiple. Además, se realizó un análisis de conglomerados que ayudaron a agrupar los clientes que presenten un alto nivel de satisfacción con los que presentan un medio y bajo nivel de satisfacción.

## Capítulo 4. Presentación de resultados

### **4.1 Grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. para identificar los factores que influyen en su productividad.**

La satisfacción de cliente interno, no se debe confundir con la satisfacción de los empleados, también conocida como clima organizacional. Por ejemplo, son muchas las organizaciones que disponen de departamentos de “Servicios Centrales” que ofrecen sus servicios a otras entidades de la organización, a menudo distribuidas geográficamente. Algunos ejemplos son entidades bancarias (donde las oficinas que dan servicio a los clientes consumen servicios de la central como el análisis de riesgos, asesoría jurídica, agencia de viajes, etc.), compañías de seguros, franquicias clínicas, etc.

En estos casos es bastante evidente concluir que el servicio de las personas que están en contacto directo con el cliente puede depender en buena medida del apoyo recibido desde servicios centrales, y esto sin ningún tipo de duda incidirá en la satisfacción global del cliente externo. Por tanto, si se trata de dar mejor apoyo a quienes tratan con el cliente final, se debe mejorar la eficiencia global de la organización (Openmet.com, 2017).

Por lo anterior y con el fin de conocer el grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P. para identificar los factores que influyen en su productividad, se aplicó una encuesta a los 21 empleados de la entidad y a continuación se mencionan los resultados de la misma

**Tabla 2.***Organización en el área de trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	5	24
Satisfecho	13	62
Muy Satisfecho	3	14
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

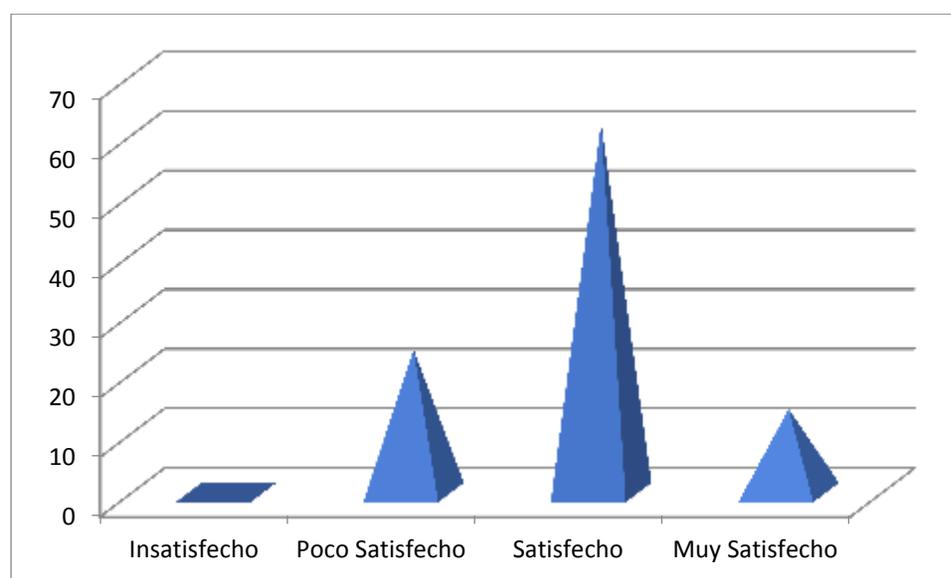


Figura 1. Organización en el área de trabajo.

Fuente. Autor del proyecto

La organización adecuada del área de trabajo garantiza el buen funcionamiento de la labor realizada a diario, facilita la gestión y se materializa mediante el un alto nivel de satisfacción de los clientes, la realización de las actividades con calidad y el logro de la eficiencia económica. En consecuencia con el procedimiento propuesto por (Martínez Martínez & C, 2010), que garantice la eficiencia y eficacia en términos de calidad de los servicios y satisfacción de los clientes, logrando un cambio organizativo desde el interior del área, que permita gestionar

integralmente cada uno de los elementos involucrados en la obtención del éxito de las tareas asignadas a las diferentes áreas. Por lo que se debe decir que el 62% de los encuestados, manifiestan que se sienten satisfechos con la organización del área de trabajo, mientras que el 24% están poco satisfechos, ya que consideran que aún existen falencias y aspectos a mejorar.

**Tabla 3.**

*Conocimiento de sus funciones y responsabilidades*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	0	0
Satisfecho	16	76
Muy Satisfecho	5	24
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

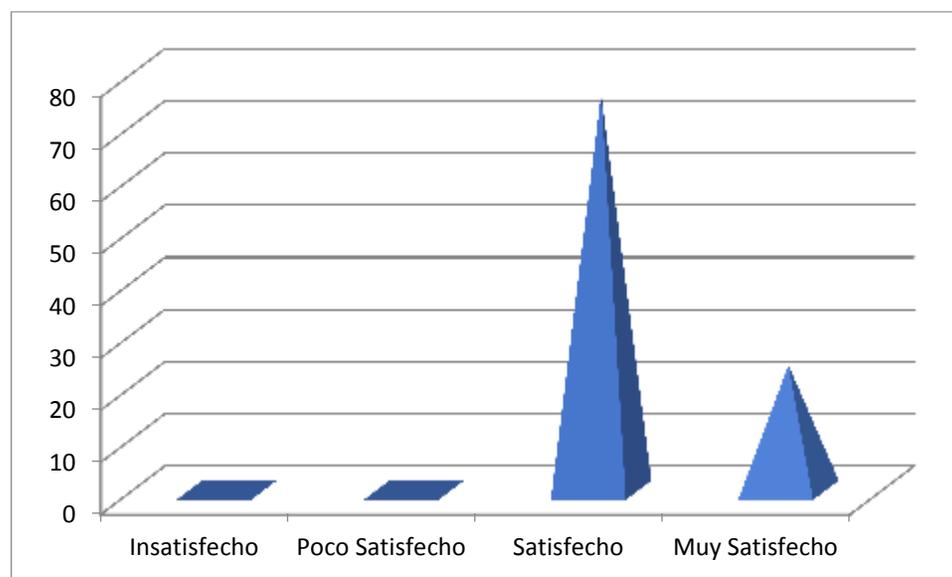


Figura 2. Conocimiento de sus funciones y responsabilidades

Fuente. Autor del proyecto

En la empresa cada empleado es responsable de conocer sus funciones y responsabilidades de las tareas asignadas pero también el jefe o responsable debe asegurarse de que el trabajador haya llegado a dominar las habilidades necesarias para realizar la tarea por completo. Si el empleado no está seguro de cómo manejar el trabajo asignado debe comunicar a sus superiores para obtener sugerencias y orientaciones en el cumplimiento de la labor, esto ayudara en la construcción de buenas relaciones no solo con sus superiores sino también con sus colegas.

Por lo tanto los empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., afirman que en un porcentaje alto se encuentran satisfechos con la capacitación dada en cuanto a las funciones y responsabilidades que debían asumir en las actividades realizadas a diario en la entidad y un pequeño porcentaje se sienten muy satisfechos por lo que se puede decir que la empresa se encuentra bien organizada en cuanto a las distribución de funciones y responsabilidades.

**Tabla 4.**

*Distribución de funciones y cargas laborales*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	4	19
Satisfecho	13	62
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

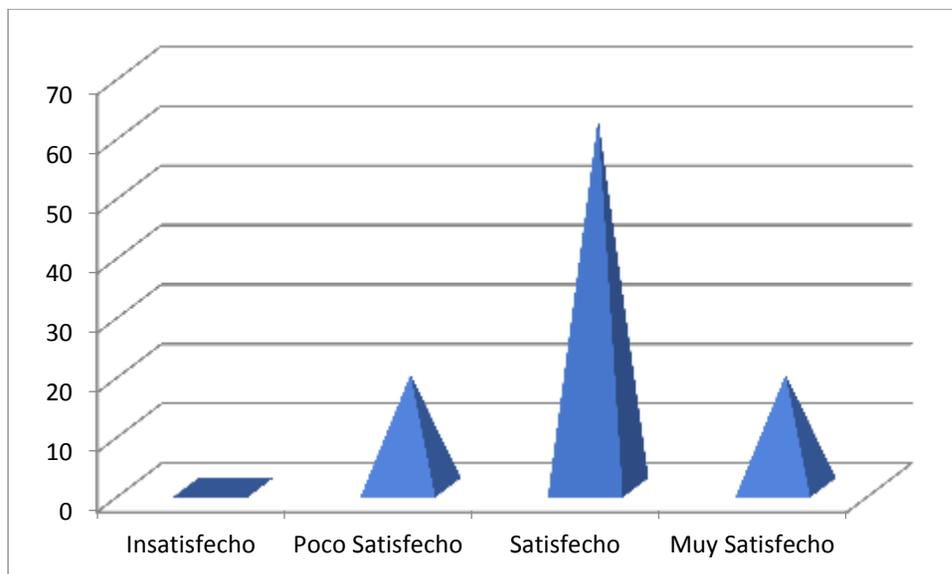


Figura 3. Distribución de funciones y cargas laborales

Fuente. Autor del proyecto

En el contexto actual, los trabajadores se ven sometidos a una serie de factores que pueden generar problemas en su condición física y en el desarrollo de sus actividades, ya sea porque no usan los materiales adecuados ó porque las cargas de trabajo son exageradas. Las condiciones de trabajo determinan la vida y la salud de las personas, es por ello, que la Organización Internacional del Trabajo y la Organización Mundial de la Salud definen como Condición de Trabajo “cualquier característica del trabajo que pueda tener una influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores”.

De esta manera establece que “ningún trabajador debería correr riesgos de sufrir accidentes en el trabajo, y que todas las empresas deben cumplir con unos requerimientos mínimos de salud y seguridad en las condiciones de trabajo, tipificados en el Derecho penal y

civil” (Delgado Páez, 2014). Por lo tanto según la investigación realizada se debe decir que el 62% de los empleados consideran que la distribución de funciones y cargas laborales es apropiada para su cargo, aunque se debe destacar que el 19% está poco satisfecho, ya que dicen que poseen mucho trabajo y se sienten estresados por la carga laboral.

**Tabla 5.**

*Desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	0	0
Satisfecho	15	71
Muy Satisfecho	6	29
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

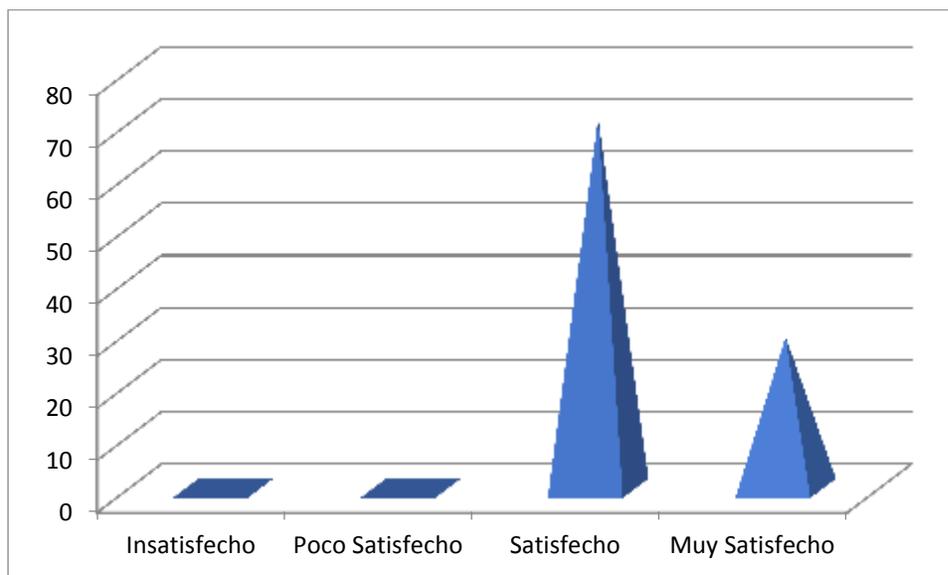


Figura 4. Desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo

Fuente. Autor del proyecto

La tendencia a simplificar las estructuras organizativas implica que el éxito profesional no puede definirse por más tiempo en términos de ascensos porque muchos no serán posibles. Las empresas deben hacer entender a sus trabajadores que hay otras formas de desarrollo profesional (rotación de puestos, movimientos laterales) que son signo de mejora profesional y no de fracaso. Aplanar las estructuras organizativas puede incrementar la percepción de estancamiento profesional de los trabajadores.

Para contrarrestar dicha percepción, los directivos de recursos humanos deben emprender acciones que aseguren la asignación de tareas retadoras y de mayor responsabilidad (Mate, 1999). Con el objetivo de adaptarse a un entorno enormemente cambiante y competitivo, algunas empresas han reducido su compromiso de permanecer en un negocio específico. Una consecuencia es que las personas necesitan asegurarse de que si pierden el puesto de trabajo sus habilidades estarán actualizadas, por lo anterior se debe decir que en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, un porcentaje alto de los empleados se encuentran satisfechos con el desarrollo de las capacidades que han tenido en el puesto de trabajo y un pequeño porcentaje muy satisfechos, lo que demuestra que en este aspecto la empresa les da la oportunidad de superarse profesionalmente y por lo tanto tienen la oportunidad de escalar a nivel interno.

### **Tabla 6.**

#### *Información oportuna sobre su desempeño laboral*

<b>CONCEPTO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	0	0
Satisfecho	17	81
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

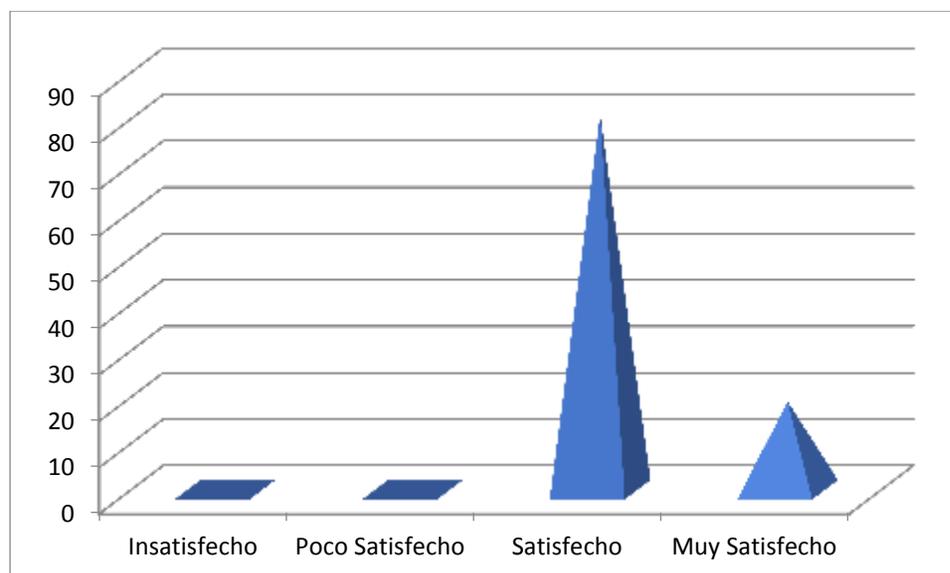


Figura 5. Información oportuna sobre su desempeño laboral

Fuente. Autor del proyecto

La mayoría de los empleados manifestaron que se encuentran satisfechos con la información de su desempeño laboral, ya que esta les ha permitido evaluar el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad profesional, con lo que se encuentran muy satisfechos y agradecidos con la empresa.

### Tabla 7.

#### *Relaciones con los compañeros de trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	4	19
Satisfecho	14	67
Muy Satisfecho	3	14
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

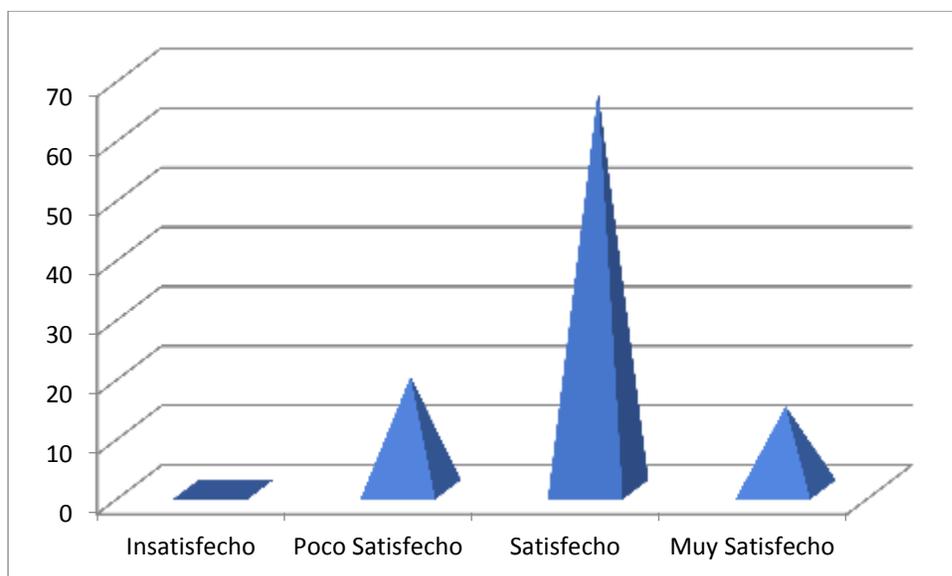


Figura 6. Relaciones con los compañeros de trabajo

Fuente. Autor del proyecto

Según la investigación un porcentaje alto de los empleados se sienten satisfechos con las relaciones que hasta el momento han llevado con los compañeros, ya que esta ha estado enmarcada en el dialogo, compañerismo, ayuda mutua, entre otros factores que son fundamentales en el lugar de trabajo, además de lo anterior se han tenido adecuadas relaciones de trabajo, lo que hace que los trabajadores se sientan felices logrando la mejora de la productividad en el entorno laboral.

Todo lo anterior se refleja en las relaciones con los clientes externos, por la cordialidad y amabilidad en la labor y servicio ofrecido y por último se debe decir que el 19% de los empleados manifestaron que se encuentran poco satisfechos con la relación llevadas con los compañeros ya que en alguno momentos se han presentado diferencias, la cuales se han podido soluciones sin consecuencias mayores.

**Tabla 8.***Colaboración de los compañeros para sacar adelante una tarea o actividad*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	8	38
Satisfecho	5	24
Muy Satisfecho	8	38
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

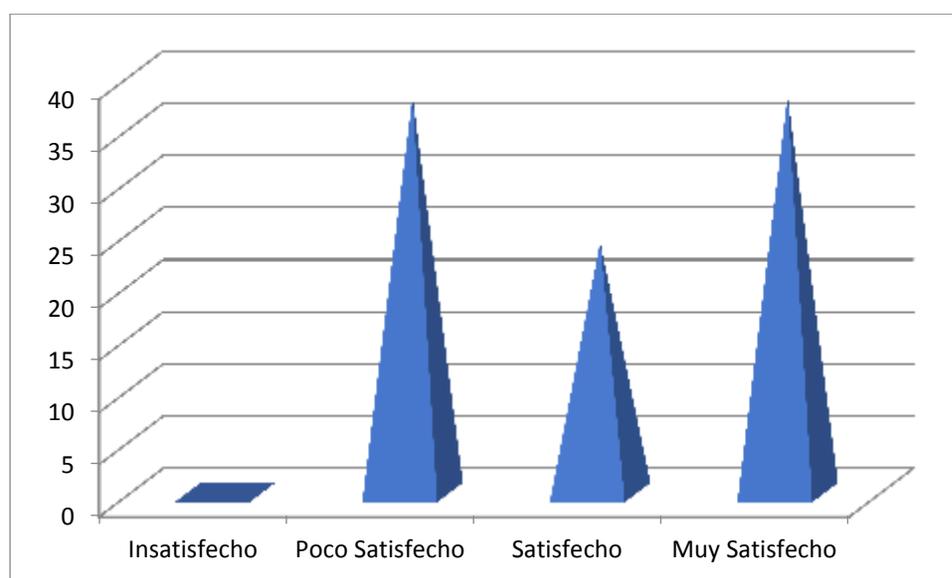


Figura 7. Colaboración de los compañeros para sacar adelante una tarea o actividad

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la colaboración que los compañeros ofrecen para sacar adelante las tareas o actividades en la empresa, se debe decir que 38% están muy satisfechos ya que se han sentido ayudados y apoyados por los demás empleados, lo que ha sido fundamental a la hora de llevar a feliz término la labor encomendada, mientras que un porcentaje igual manifiesta que se sienten poco satisfechos, por lo que dicen que han tenido dificultades y se han quedado solos

solucionando los inconvenientes, lo que les parece una falta de compañerismo y trabajo en equipo, dificultado la labor dentro de la entidad.

**Tabla 9.**

Integración y participación dentro de un equipo de trabajo

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	3	14
Satisfecho	13	62
Muy Satisfecho	5	24
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

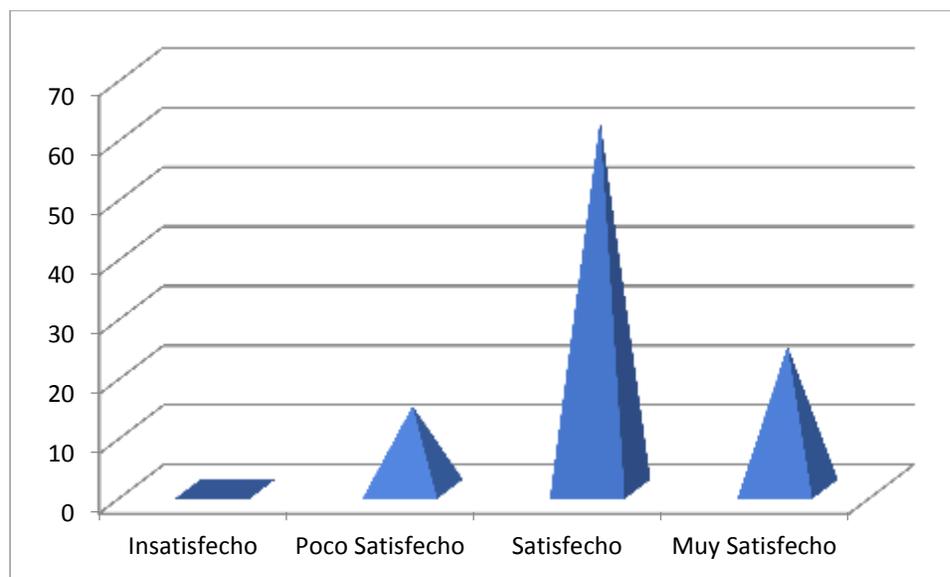


Figura 8. Integración y participación dentro de un equipo de trabajo

Fuente. Autor del proyecto

El ser humano es por naturaleza un ser gregario, significa esto que permanentemente está buscando grupos con los cuales referenciarse por diferentes motivos, sean familiares, religiosos,

sociales y por empatías académicas o de cualquier otro tipo. Todos los integrantes de un grupo humano buscan alcanzar un propósito cuando se reúnen; el triunfo de su equipo, ganar un torneo, un concurso, sobresalir ante los gerentes por sus resultados, etc, en este sentido el trabajo en equipo está siempre asociado a la razón por la cual ha sido creado el equipo y la búsqueda constante de contar con las personas indicadas para obtener los resultados esperados (Gerencia.com, 2017).

La importancia del trabajo en equipo se fundamenta, entonces, en aspectos claves que tienen que ver con:

Los Roles de los participantes, la comunicación, el liderazgo, compensación y compromiso. Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que la mayoría de los empleados se encuentran satisfechos con la integración y participación dentro de un equipo de trabajo en la empresa, mientras que una pequeña parte se encuentran muy satisfechos, lo que demuestra la existencia de un adecuado clima organizacional.

**Tabla 10.**

*Oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	3	14
Satisfecho	12	57
Muy Satisfecho	6	29
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

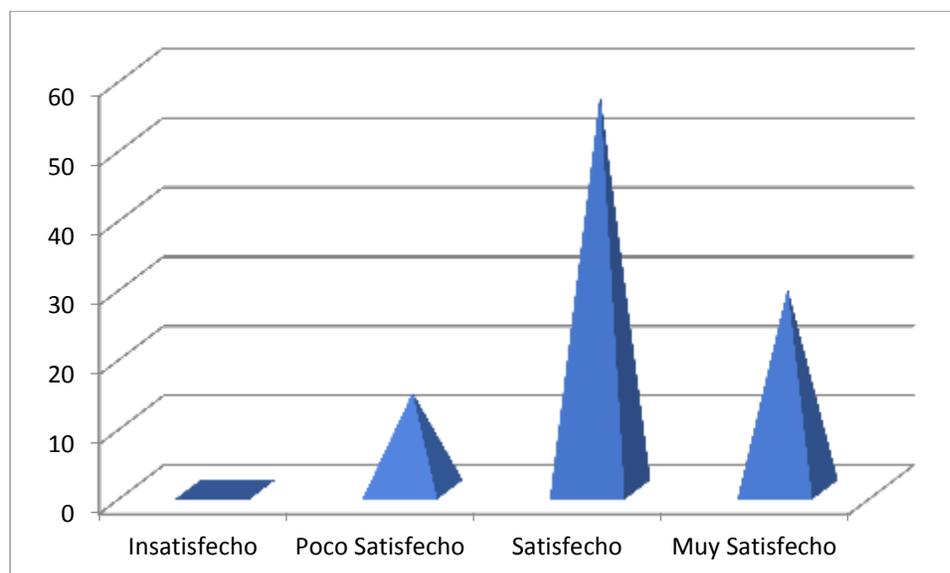


Figura 9. Oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo

Fuente. Autor del proyecto

Más de la mitad de los encuestados, es decir que la mayoría de estos afirman que se encuentran satisfechos con la labor realizada al interior de la empresa, y especialmente porque se les ha dado la oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo, lo que demuestra que su punto de vista ha sido importante para la empresa y tenido en cuenta, lo que hace que su motivación mejore, ya que se sienten parte fundamental para el funcionamiento de la misma, de igual forma una pequeña cantidad se siente muy satisfecho y el 14% poco satisfecho.

**Tabla 11.***Seguridad laboral en el puesto de trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	2	10
Poco Satisfecho	3	13
Satisfecho	14	67
Muy Satisfecho	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

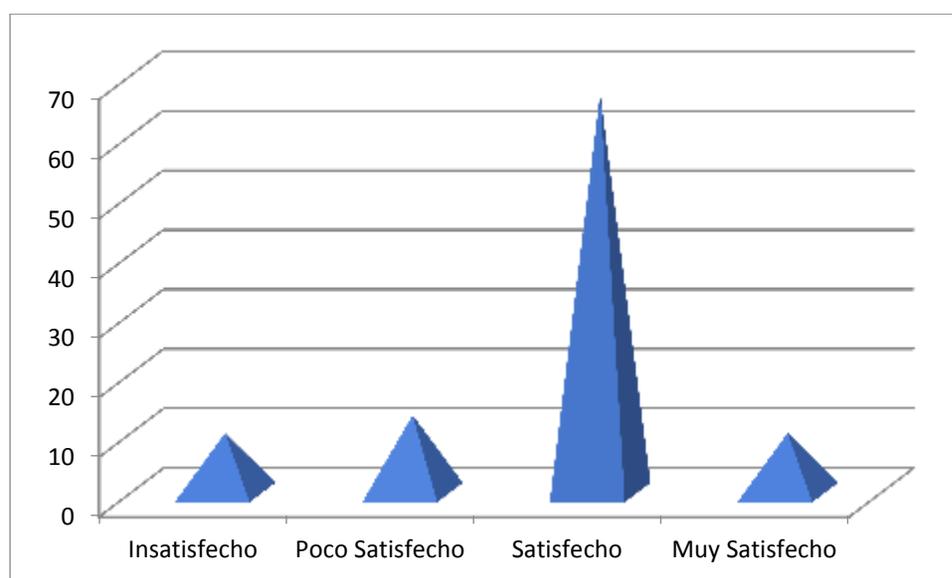


Figura 10. Seguridad laboral en el puesto de trabajo

Fuente. Autor del proyecto

Cuando se habla de seguridad laboral en el puesto de trabajo, se puede incluir desde las enfermedades y molestias físicas derivadas de la actividad profesional, hasta los daños psíquicos. Por lo tanto la precariedad de un puesto de trabajo y la temporalidad de los contratos de trabajo, contribuyen a que los empleados no estén lo suficientemente informados de los riesgos que

tienen su puesto de trabajo y las medidas de prevención que deben establecer antes de trabajar (Iberestudios internacional, 2010).

Por lo tanto y teniendo en cuenta la seguridad laboral en el puesto de trabajo, el 67% de los encuestados dicen que están satisfechos con la seguridad brindada, de otra parte no se puede desconocer que el 13 y 10% está poco satisfecho o insatisfecho, por lo que se debe realizar un análisis más profundo y corregir los posibles errores encontrados o evidenciados por los empleados inconformes.

**Tabla 12.**

*Condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	2	10
Satisfecho	15	71
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

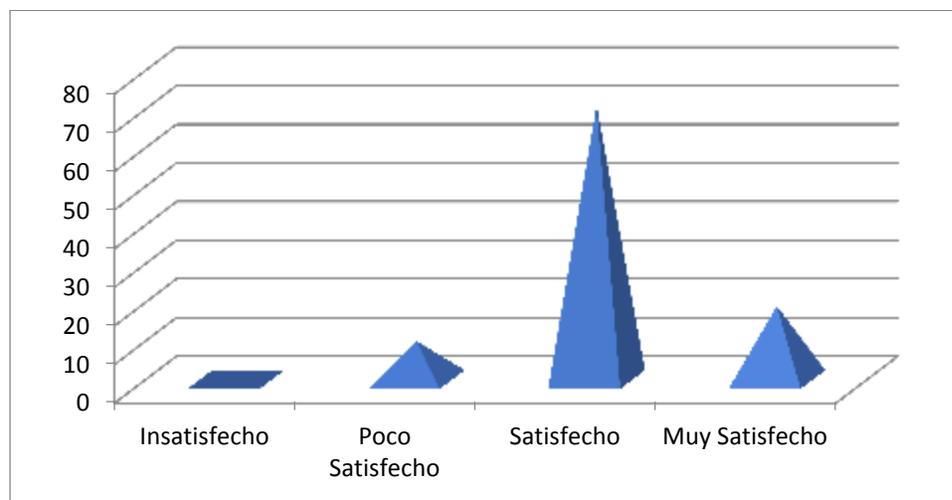


Figura 11. Condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias

Fuente. Autor del proyecto

Las condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, deben estar encuadradas principalmente el medio ambiente de trabajo relacionado fundamentalmente con las condiciones físicas como son las condiciones acústicas, vibraciones, iluminación, radiaciones ionizantes y no ionizantes, condiciones termohigrométricas, con el objeto de establecer no sólo unos niveles de exposición a éstos por debajo de aquellos que se pueden considerar como perjudiciales para la salud de los trabajadores, sino que también permitan desarrollar las tareas de una forma eficiente sin afectar a su rendimiento (Imf-formacion.com, 2017).

De acuerdo a la investigación realizada se puede decir que la mayoría de los empleados están satisfechos con las condiciones que poseen en la empresa, ya que según ellos no están sometidos a condiciones que pongan en peligro su salud y bienestar, de igual forma el 19% está muy satisfecho y solo un pequeño porcentaje está poco satisfecho.

**Tabla 13.**

*Infraestructura e instalaciones del área para el desarrollo del trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	2	10
Satisfecho	12	57
Muy Satisfecho	7	33
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

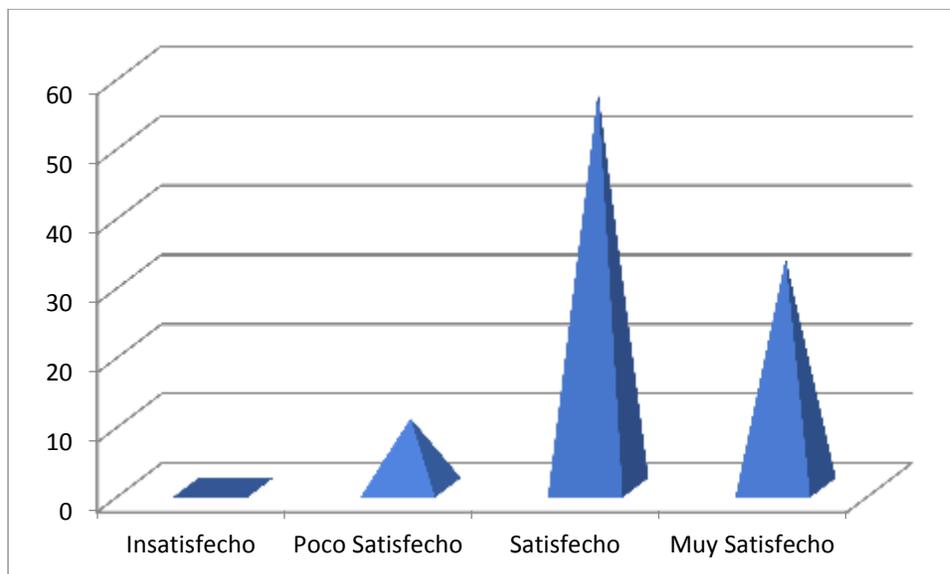


Figura 12. Infraestructura e instalaciones del área para el desarrollo del trabajo

Fuente. Autor del proyecto

Los puestos de trabajo ya sean compartidos o individuales, abiertos o cerrados, deben ser pensados y diseñados teniendo en cuenta el bienestar de los empleados y la cultura y los objetivos corporativos, afirma (Calderon, 2017), para esta experta es primordial que la infraestructura refleje la personalidad de la empresa: su forma de ser, comunicar, organizar y relacionarse. Las instalaciones deben contar con elementos físicos como temperatura e iluminación adecuada, control de ruido y aire fresco, no obstante, colores y tamaños afines a la imagen corporativa son esenciales.

Teniendo en cuenta lo anterior es necesario afirmar que en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, el 57% de los empleados se encuentran satisfechos con el área para desarrollar sus labores, de igual forma el 33% están muy satisfechos y tan solo el 10%, siendo un porcentaje bajo esta poco satisfecho.

**Tabla 14.***Dotación de útiles y equipos para el trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	1	5
Poco Satisfecho	3	14
Satisfecho	11	52
Muy Satisfecho	6	29
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

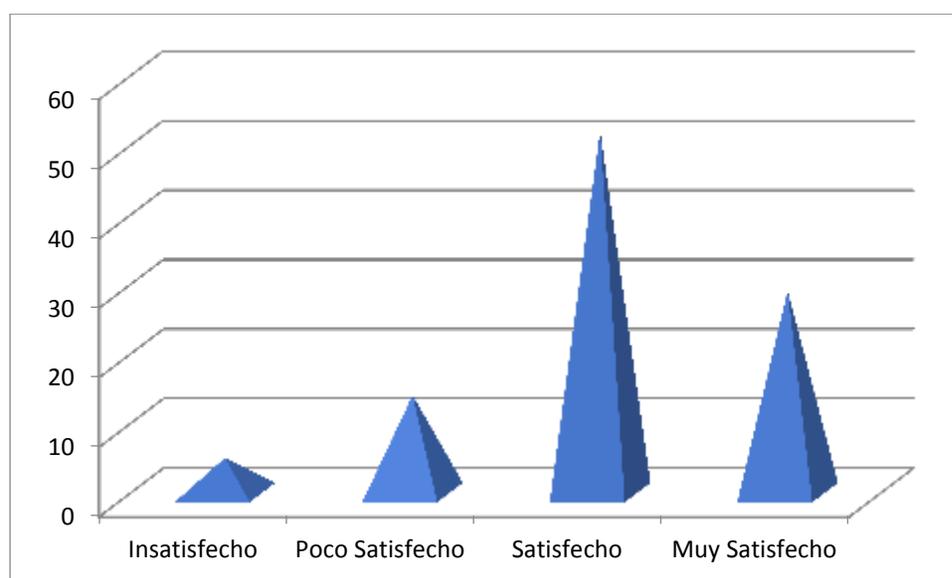


Figura 13. Dotación de útiles y equipos para el trabajo.

Fuente. Autor del proyecto

Más de la mitad de los encuestados afirman que están satisfechos con la dotación de útiles y equipos para el trabajo, ya que se cuenta con lo necesario para el adecuado desempeño de sus funciones y el 29% está muy satisfecho, siendo estos los porcentajes más altos, aunque no se puede desconocer que un 14 y 5% están poco satisfechos o insatisfechos, esto puede ser porque les hacen falta algunos elementos o herramientas para desarrollar las tareas.

**Tabla 15.***Escala salarial*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	1	5
Poco Satisfecho	9	43
Satisfecho	9	43
Muy Satisfecho	2	9
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

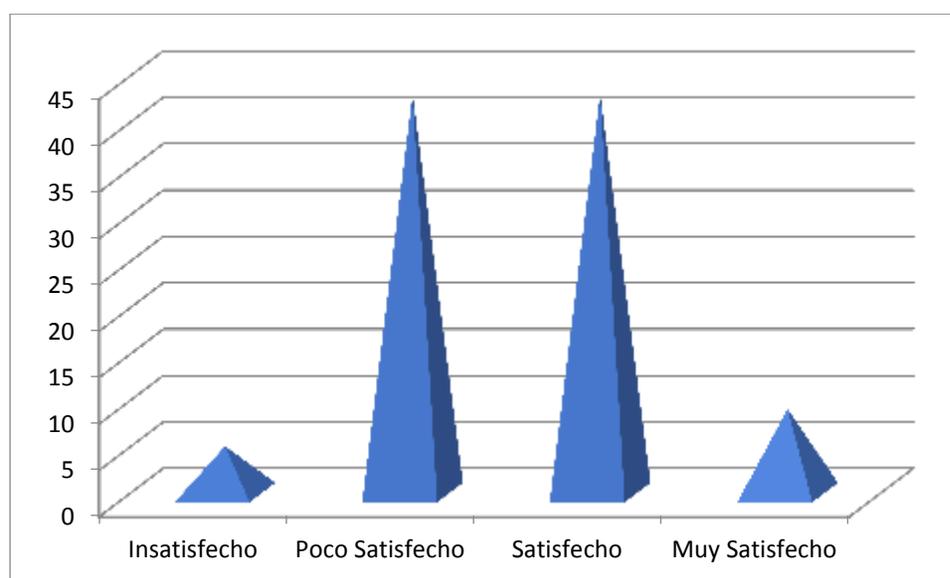


Figura 14. Escala salarial.

Fuente. Autor del proyecto

Un pago por grado o escala salarial por grados es un formato de estructura de pagos en el que los nuevos empleados se sitúan en un nivel de pago con base en su nivel educativo y experiencia de trabajo relativos a su puesto. Cada trabajo dentro de la organización se sitúa en un grado de pago específico en un esfuerzo por alcanzar tanto la equidad interna como la externa. Teniendo en cuenta lo anterior es necesario afirmar que las opiniones de los empleados están

divididas esto porque el 43% se siente satisfecho y el mismo 43% está poco satisfecho, con lo cual valdría la pena hacer un estudio de la escala salarial de acuerdo al nivel académico y realizar un taller de capacitación en dicho aspecto.

**Tabla 16.**

*Capacitación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	2	10
Satisfecho	15	71
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

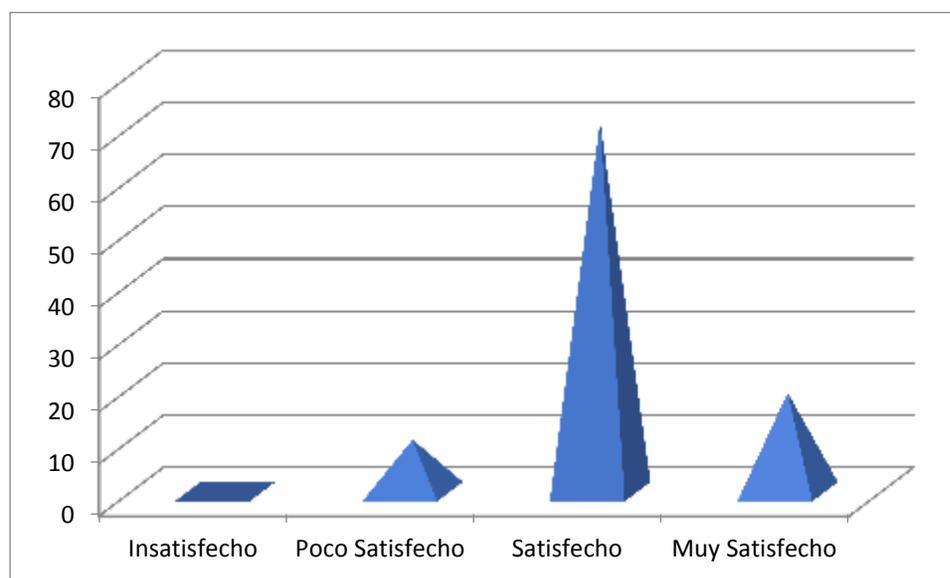


Figura 15. Capacitación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo

Fuente. Autor del proyecto

Las capacitaciones en una empresa se realizan con el objetivo de lograr un mejor desarrollo del personal, esto implica toda actividad realizada en una organización, respondiendo

a sus necesidades y buscando la mejora continua, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Con dichas capacitaciones se busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo de forma estructurada y con metas bien definidas. Para lo anterior se debe tener claro que la capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

Teniendo claro que son las capacitaciones se debe decir que la mayoría de las personas encuestadas se sienten satisfechos con las capacitaciones recibidas en el puesto de trabajo para el buen desempeño de su labor al interior de la empresa, de igual forma un pequeño porcentaje se sienten muy satisfechos, por la labor realizada por parte de los encargados de dichas capacitaciones.

**Tabla 17.**

*Atención de necesidades personales con respecto a capacitación*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	4	19
Satisfecho	10	48
Muy Satisfecho	7	33
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

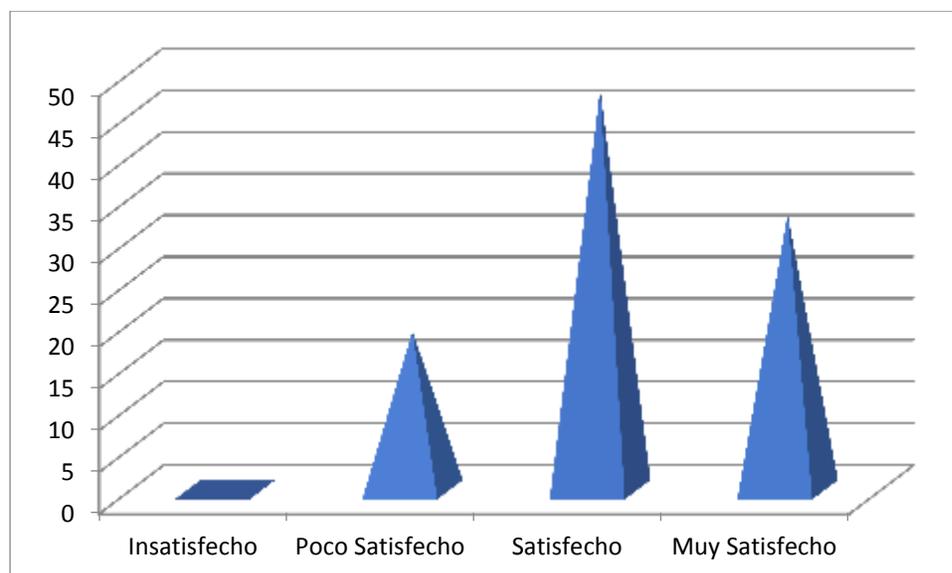


Figura 16. Atención de necesidades personales con respecto a capacitación

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la atención de necesidades personales con respecto a las capacitaciones dadas en la empresa, se debe decir que el 48% de los empleados manifiestan que se encuentran satisfechos con las mismas, de igual forma el 33%, está muy satisfecho y el 19% poco satisfecho.

**Tabla 18.**

*Contenido suficiente de las capacitaciones*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	9	43
Satisfecho	9	43
Muy Satisfecho	3	14
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

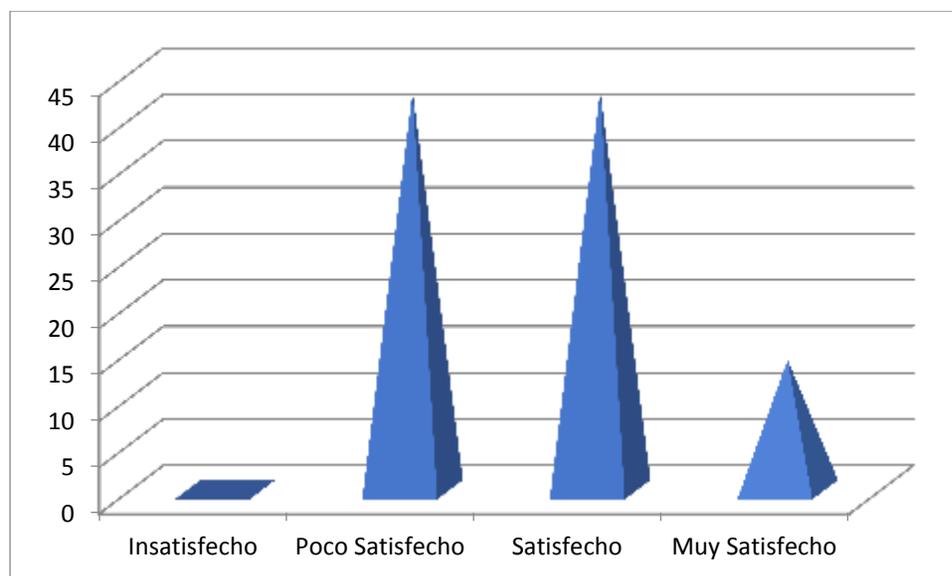


Figura 17. Contenido suficiente de las capacitaciones

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto al contenido de las capacitaciones esta se refiere a los temas que se impartirán en el programa, estos deben contener los objetivos de desempeño buscados en el aprendizaje. Por lo que el mayor porcentaje de los empleados encuestados afirman que se encuentran satisfechos y un porcentaje igual esta poco satisfecho, ya que consideran que los contenidos deben ser más actuales y para mejorar la labor realizada a diario en la entidad.

**Tabla 19.**

*Frecuencia de la aplicación de capacitaciones*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	16	76
Satisfecho	3	14
Muy Satisfecho	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

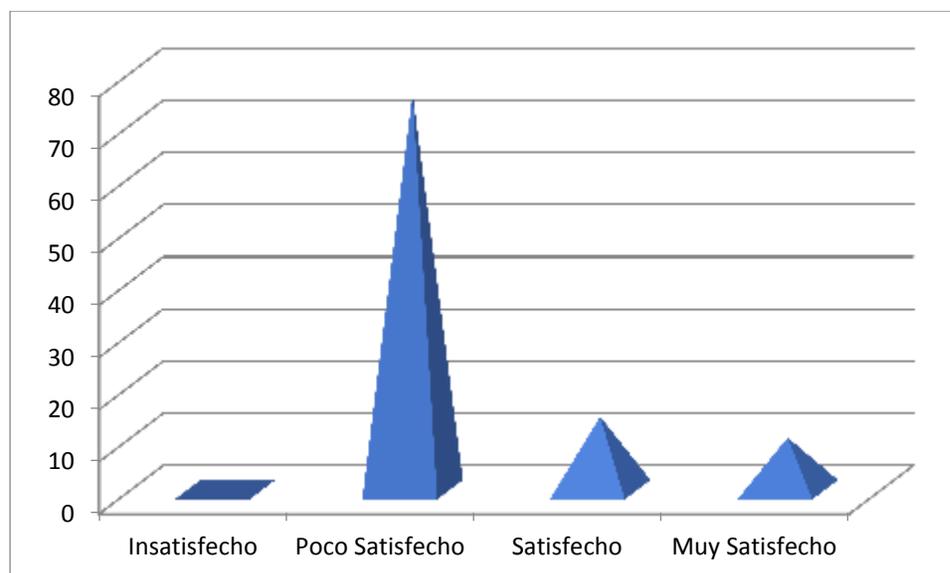


Figura 18. Frecuencia de la aplicación de capacitaciones.

Fuente. Autor del proyecto

La frecuencia de las capacitaciones es la cantidad de tiempo que transcurre de una a otra y teniendo en cuenta esto se debe decir que el mayor porcentaje de los encuestados siendo un número alto esta poco satisfecho, ya que consideran que estas deben ser con más frecuencia, esto teniendo en cuenta que la capacitación debe ser una actividad que se lleva a cabo en las empresas de forma constante, esto porque al contar con el recurso humano bien capacitado, se logrará realizar las actividades de forma eficiente y eficaz.

**Tabla 20.***Apoyo económico para adelantar estudios técnicos o profesionales*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	1	5
Poco Satisfecho	16	75
Satisfecho	2	10
Muy Satisfecho	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

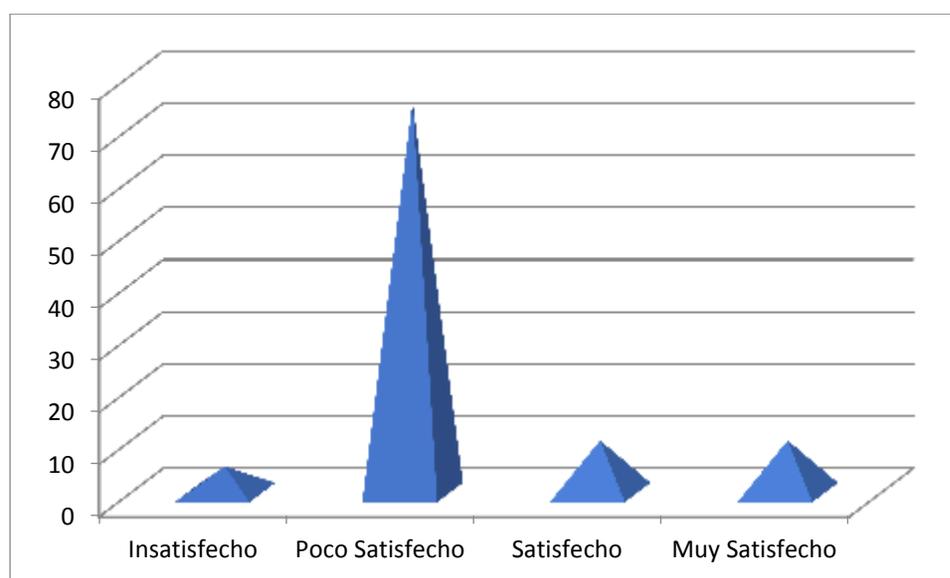


Figura 19. Apoyo económico para adelantar estudios técnicos o profesionales

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto al apoyo económico otorgado por la empresa a sus empleados se debe decir que el 75% están poco satisfechos, ya que no han visto que la empresa les apoyo en este aspecto para adelantar estudios, lo que hace que se sientan poco motivados para adquirir conocimientos y ponerlos al servicio de la empresa.

**Tabla 21.***Flexibilidad laboral para el desarrollo de actividades económicas*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	2	10
Poco Satisfecho	3	14
Satisfecho	12	57
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

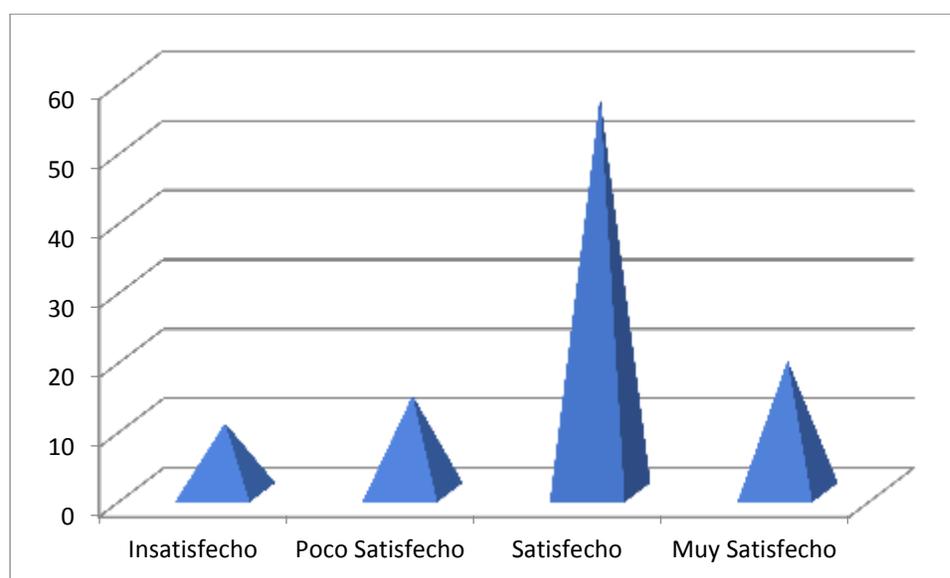


Figura 20. Flexibilidad laboral para el desarrollo de actividades económicas.

Fuente. Autor del proyecto

Del total de los empleados el mayor porcentaje, siendo un poco más de la mitad de los encuestados dicen que están satisfechos con la flexibilidad laboral que poseen para el desarrollo de actividades económicas, en la empresa ya que tiene la posibilidad en sus tiempos libres de

desempeñar otras actividades económicas, de igual forma el 19% está muy satisfecho y el 10 y 14% no están satisfechos.

**Tabla 22.**

*Fomento de las actividades culturales, recreativas y deportivas que ofrece la empresa*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	2	10
Poco Satisfecho	7	32
Satisfecho	10	48
Muy Satisfecho	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

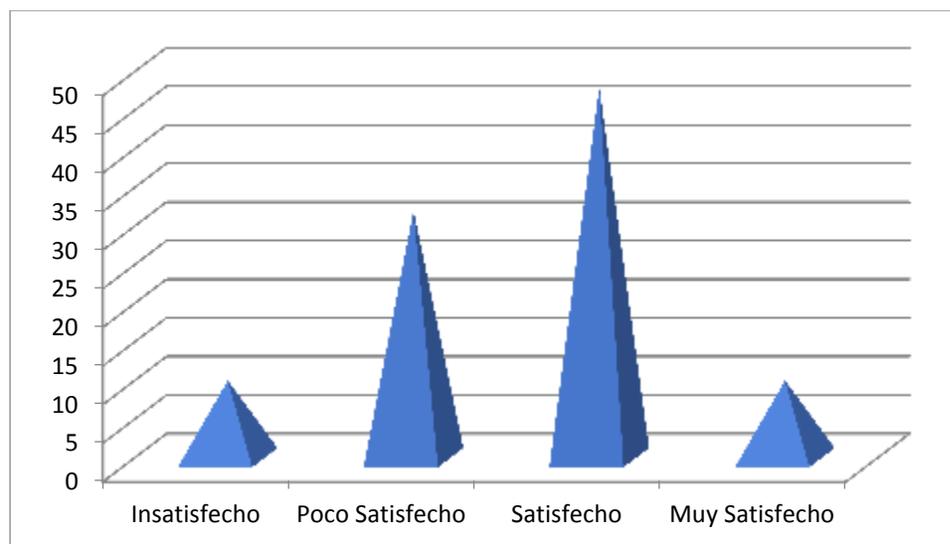


Figura 21. Fomento de las actividades culturales, recreativas y deportivas que ofrece la empresa

Fuente. Autor del proyecto

Teniendo en cuenta que el deporte y la recreación hacen parte de la formación integral del ser humano, por tal motivo, su promoción y fomento son del interés de las empresas en particular y para tal fin, estas tienen la obligación de promocionar el deporte siendo esta una necesidad de

primer orden para el desarrollo de las actividades físicas, estimular el uso de estilos de vida saludable y el fomento a deportistas de la región que los representan en competencias regionales, nacionales e internacionales, por lo tanto el 48% de los empleados se encuentran satisfechos con las actividades realizadas a diario por la empresa con el objetivo de fomentar el deporte y la recreación entre los empleados, aunque no se puede desconocer que el 32% están poco satisfechos, siendo este un porcentaje también alto para la investigación.

**Tabla 23.**

*Posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	1	5
Poco Satisfecho	1	5
Satisfecho	18	85
Muy Satisfecho	1	5
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

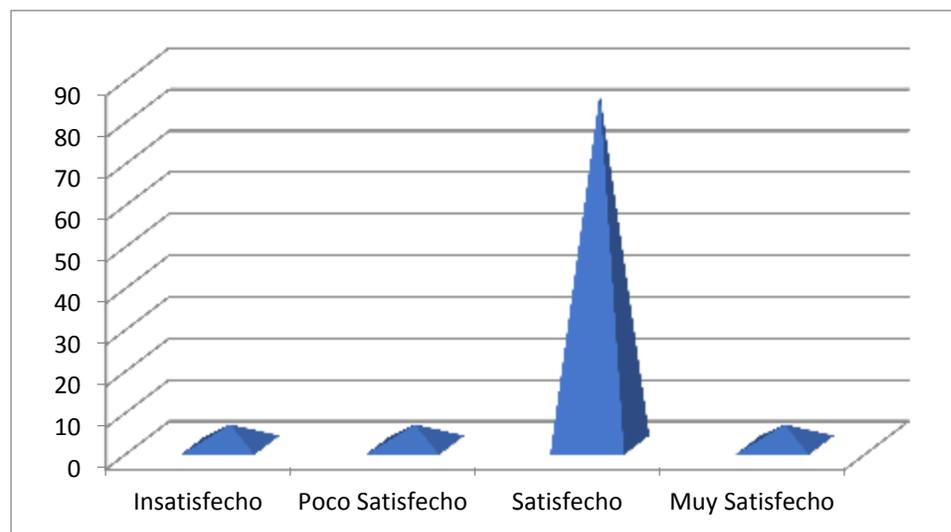


Figura 22. Posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral

Fuente. Autor del proyecto

El desarrollo o crecimiento laboral es la fase del crecimiento personal que obedece a las necesidades de auto-superación que experimenta cada individuo; asimismo, el desarrollo profesional del personal de una organización hace parte de los procesos de desarrollo de recursos humanos y es fruto de la inversión que hacen las empresas en las personas que las conforman y que, a través de su trabajo, las engrandecen, teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que la mayor cantidad de personas encuestadas dicen estar satisfechas con las posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral que les ha brindado hasta el momento la empresa, lo que les ha ayudado a ascender dentro de la organización y a crecer de forma personal.

**Tabla 24.**

*En el área de trabajo el trato es con dignidad y respeto*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	2	10
Satisfecho	15	71
Muy Satisfecho	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

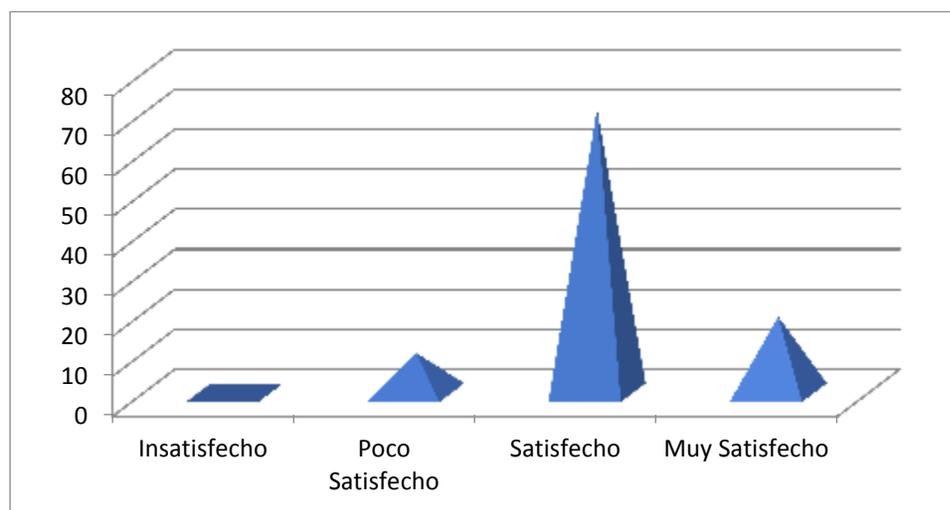


Figura 23. En el área de trabajo el trato es con dignidad y respeto

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto al trato con dignidad y respeto en el área de trabajo se debe decir que la mayoría de los empleados está satisfecho, ya que este aspecto se ha logrado dentro de la empresa con un balance en las relaciones, de tolerancia y respeto, siendo esto ideal para mantener un comportamiento comedido, pacífico, donde predomine la serenidad y el trabajo en equipo, con el objetivo de llevar a feliz termino las labores encomendadas y así lograr prestar el servicio con mejor calidad a los usuarios.

**Tabla 25.**

*Beneficios que contribuyen a la motivación personal*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	1	5
Poco Satisfecho	0	0
Satisfecho	17	81
Muy Satisfecho	3	14
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

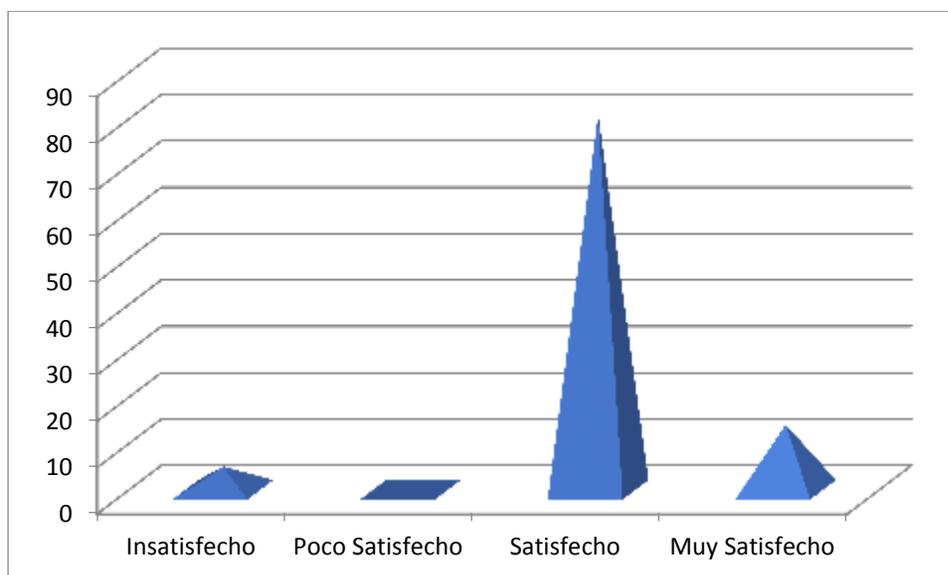


Figura 24. Beneficios que contribuyen a la motivación personal.

Fuente. Autor del proyecto

Hasta hace pocos años las empresas prestaban muy poca atención a la motivación de los trabajadores porque lo consideraban inútil y una pérdida de tiempo, al igual que la formación laboral. Esto ha creado que muchas empresas se hayan estancado y se hayan vuelto poco competitivas, por lo que hace muy poco tiempo se empezaron a reconocer las ventajas y a dominar cuáles son los beneficios de la motivación en el trabajo y, aunque hay empresas que no se esfuerzan en ello, cada vez más empresarios lo tienen en cuenta a la hora de gestionar sus negocios.

Siendo conscientes que los beneficios de la motivación del personal consiste en una mejor imagen de la empresa, mayor compromiso, mayor rendimiento laboral, más y mejores ideas de mejora, menores inconvenientes para la empresa, mayor competitividad empresarial y menos fugas de cerebros, por lo que la mayoría de los empleados se sienten hasta el momento satisfechos con la motivación recibida en la empresa los que les ha ayudado a crecer tanto laboral como personalmente y esto ha redundado en beneficio de las labores realizadas en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

#### **4.2 Percepción que tienen los usuarios de los servicios recibidos por la Empresa**

##### **EMPOSANAL S.A E.S.P. con el fin de establecer su nivel de satisfacción.**

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) (Quintana Alvarez, 2008).

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 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 especialistas en mercadotecnia afirman que es más fácil y barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente. 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 actualizado en su oferta y proporcione aquello que el comprador busca (Quintana Alvarez, 2008).

Con el fin de conocer la percepción que poseen los usuarios sobre el servicio ofrecido por la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, se aplicó una encuesta a los 348 clientes de la entidad y a continuación se muestran los resultados de la investigación.

**Tabla 26.***Presión con la que llega el Agua a su domicilio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	87	25
Poco Satisfecho	81	23
Satisfecho	177	51
Muy Satisfecho	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

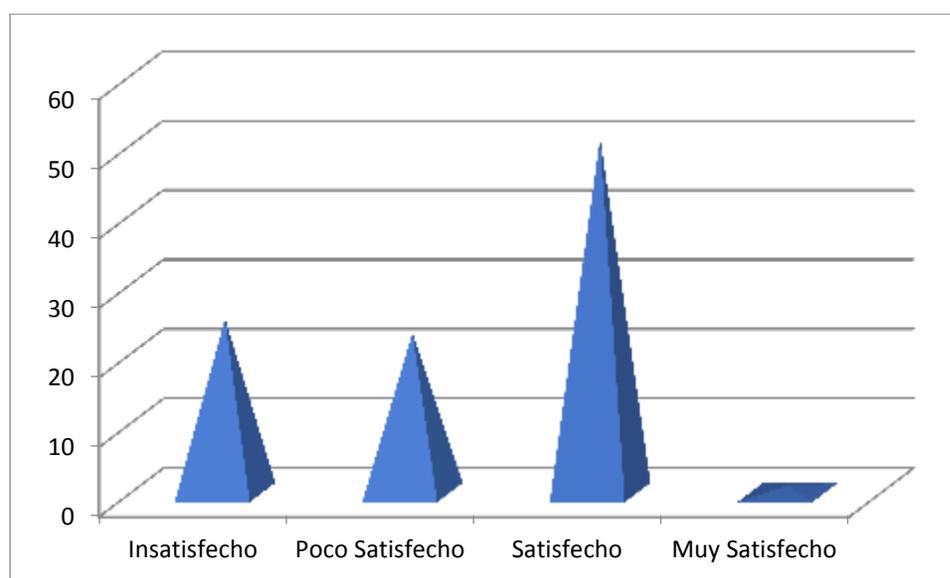


Figura 25. Presión con la que llega el Agua a su domicilio

Fuente. Autor del proyecto

La presión del agua es la fuerza que ejerce la misma sobre un objeto determinado, esto se presenta en átomos y moléculas en gases y en líquidos se encuentran en constante movimiento, saltan y rebotan y chocan por todas partes. Chocan unas contra otras y también rebotan de las paredes de cualquier recipiente que las contenga, ejerciendo una fuerza minúscula mientras que rebotan contra dicha pared, por lo que esta fuerza es lo que experimentamos como presión. Dicha presión es la fuerza con la que llega el agua a la casa de cada uno de los usuarios y es por esto

que el 51% de los mismos se encuentran satisfechos, mientras que el 25 y 23 no están satisfechos con la presión del agua esto puede ser porque sus viviendas están ubicadas en lugares muy altos.

**Tabla 27.**

*Calidad o pureza del Agua que recibe*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	88	25
Poco Satisfecho	98	28
Satisfecho	158	45
Muy Satisfecho	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

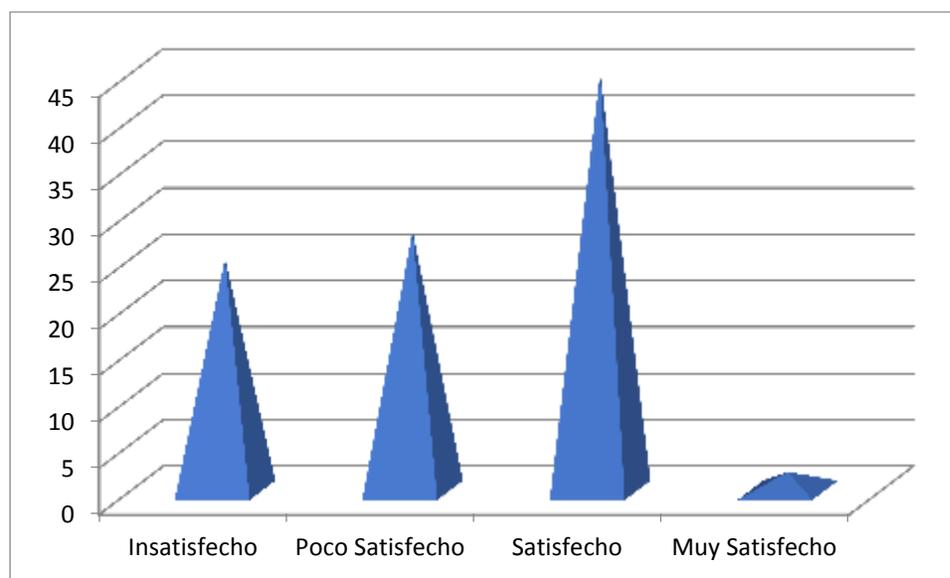


Figura 26. Calidad o pureza del Agua que recibe

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la calidad del agua se debe decir que esta es importante, ya que las autoridades sanitarias deben garantizar que el agua del grifo sea totalmente apta para el consumo humano, por lo que el 45% de los usuarios encuestados afirman que están satisfechos con la

calidad y pureza del agua que reciben a diario en sus hogares, mientras que el 28 y 25%, no están conformes, dicen que el agua es de mala calidad y en algunas ocasiones han preferido beber agua embotellada u obtenida a través de sistemas de filtrado, esto porque poseen desconfianza de dicha agua y no están seguros que la salud y la vida no se pone en riesgo.

**Tabla 28.**

*Aviso de las suspensiones programadas del servicio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	196	56
Poco Satisfecho	76	22
Satisfecho	70	20
Muy Satisfecho	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

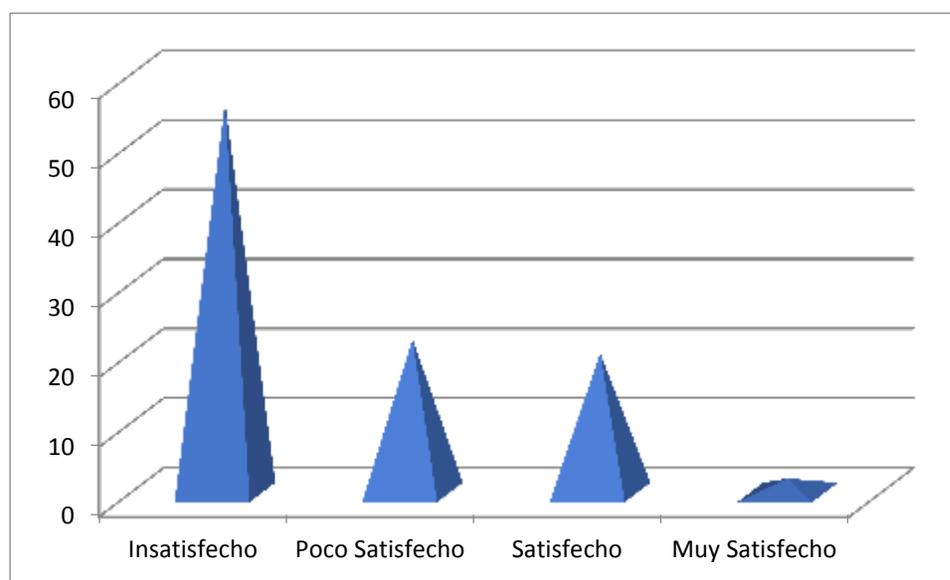


Figura 27. Aviso de las suspensiones programadas del servicio

Fuente. Autor del proyecto

La mayoría de los usuarios encuestados se sienten insatisfechos con los avisos de las suspensiones programadas del servicio de agua, ya que dicen que estos no son divulgados y nunca pueden almacenar agua para cubrir las necesidades de su hogar, de igual forma y teniendo en cuenta que este porcentaje es muy alto, es necesario que la empresa realice los avisos previos a la suspensión del servicio esto se puede hacer puerta a puerta o a través de los medios de comunicación, como es la radio, siendo estos de audiencia masiva.

**Tabla 29.**

*Tiempo entre la entrega de la factura y fecha límite de pago*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	7	2
Poco Satisfecho	27	8
Satisfecho	247	71
Muy Satisfecho	67	19
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

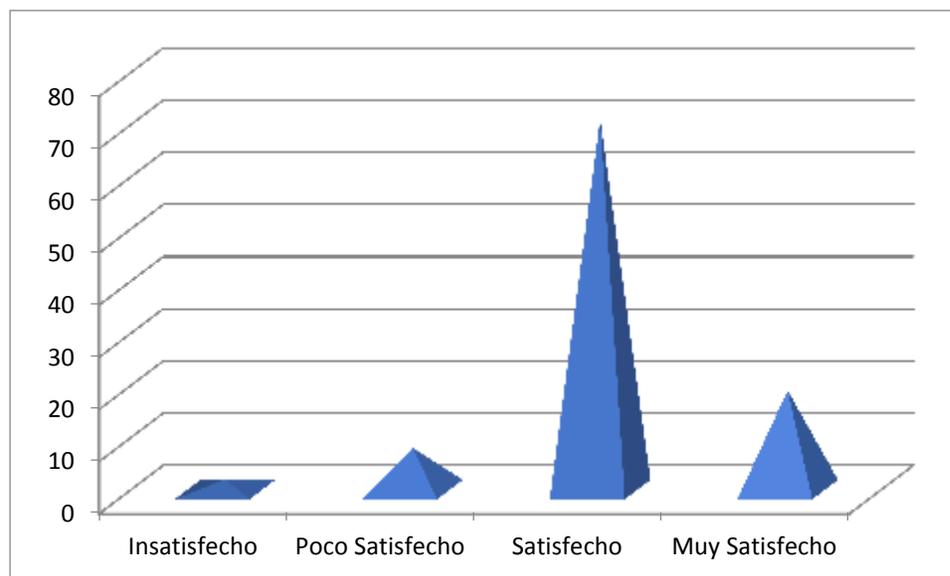


Figura 28. Tiempo entre la entrega de la factura y fecha límite de pago

Fuente. Autor del proyecto

En el tiempo de entrega de la factura y la fecha límite de pago, se debe decir que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos ya que la empresa les permite un tiempo prudente para ponerse al día con el pago de dicha obligación con la empresa por el servicio ofrecido por la misma, de igual forma el 19% está muy satisfecho, siendo estos porcentajes los más altos y representativos de la investigación en cuanto a las facturas.

**Tabla 30.**

*Precio del servicio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	118	34
Poco Satisfecho	53	15
Satisfecho	172	49
Muy Satisfecho	5	2
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

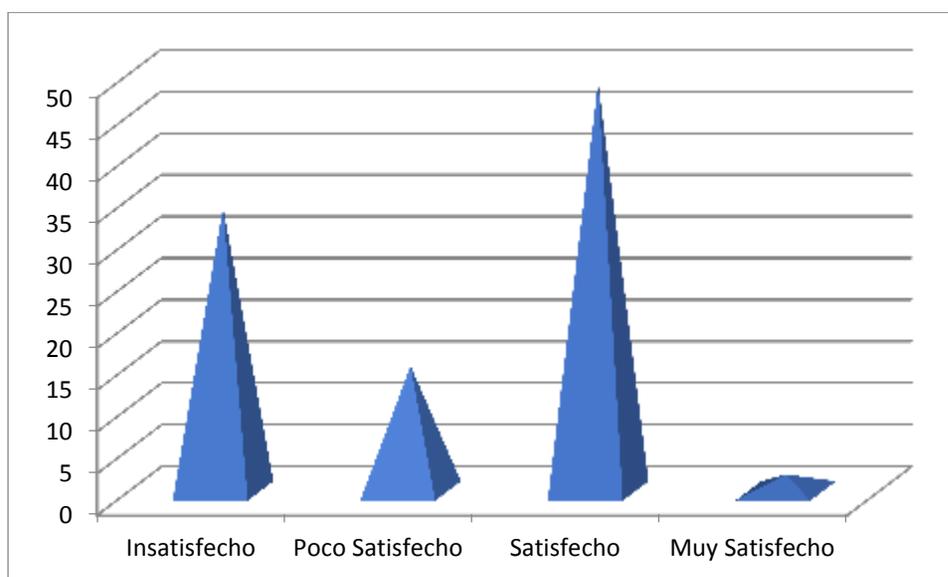


Figura 29. Precio del servicio

Fuente. Autor del proyecto

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio, en cuanto al precio que es cobrado por la empresa al momento de ofrecer el servicios el 49% está satisfecho, mientras que el 34% siendo este un porcentaje considerable, se encuentra insatisfecho, ya que consideran que el servicio no es tan bueno para el valor que es cobrado.

**Alcantarillado.** En cuanto al alcantarillado, siendo uno de los aspecto importantes de la investigación se debe decir que este se denomina alcantarillado o también red de alcantarillado, red de saneamiento o red de drenaje al sistema de tuberías y construcciones usado para la recogida y transporte de las aguas residuales, industriales y pluviales de una población desde el lugar en que se generan hasta el sitio en que se vierten al medio natural o se tratan. Las redes de alcantarillado son estructuras hidráulicas que funcionan a presión atmosférica, por gravedad. Sólo muy raramente, y por tramos breves, están constituidos por tuberías que trabajan bajo presión o por vacío. Normalmente están constituidas por conductos de sección circular, oval o compuesta, la mayoría de las veces enterrados bajo las vías públicas (Hernández Muñoz, 1997).

**Tabla 31.**

*Gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	133	38
Poco Satisfecho	69	20
Satisfecho	136	39
Muy Satisfecho	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

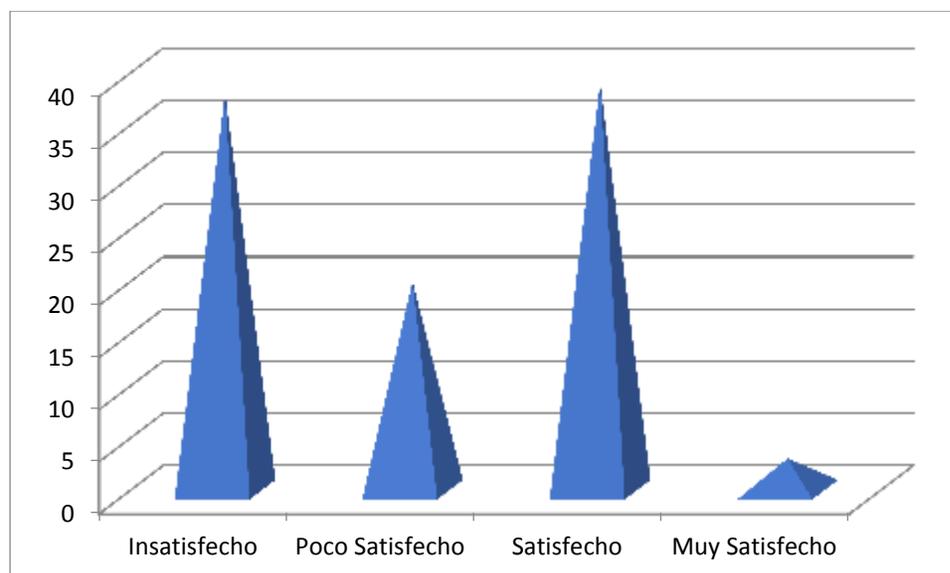


Figura 30. Gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas

Fuente. Autor del proyecto

La gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas, son una obligación y responsabilidad fundamentales de la gestión ambiental urbana. Cualquier olor indeseable puede hacer que la comunidad recurra a la acción legal o económica en contra del generador o del Estado que debe garantizar el bienestar comunitario, por consiguiente, no es posible subestimar la importancia del olor como un factor importante dentro de la planeación y el control ambiental.

Aún los olores y sabores detectables en muchas aguas cloradas rara vez se deben al cloro, sino a los compuestos formados por la acción de este sobre la materia orgánica del agua. Se puede considerar que las algas son la causa más frecuente de olores y sabores en las aguas de abastecimiento público, seguida de las generadas por la presencia de hongos (actinomicetes) y bacterias (Organización Mundial de la Salud, 2011).

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que el 39% dice estar satisfecho con la empresa en cuanto a la gestión realizada para evitar dichos olores, aunque no se puede desconocer que un porcentaje muy alto, es decir, 38% dicen que a la entidad le hace falta realizar campañas para educar a la comunidad y así lograr que los habitantes ayuden a evitar los malos olores presentes en las alcantarillas, y esto se puede evitar motivando a los usuarios para que contribuyan a que las mismas permanezcan limpias y sin residuos que en muchas ocasiones provienen de los hogares.

**Tabla 32.**

*Estado de las rejillas del alcantarillado*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	121	35
Poco Satisfecho	57	16
Satisfecho	164	47
Muy Satisfecho	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

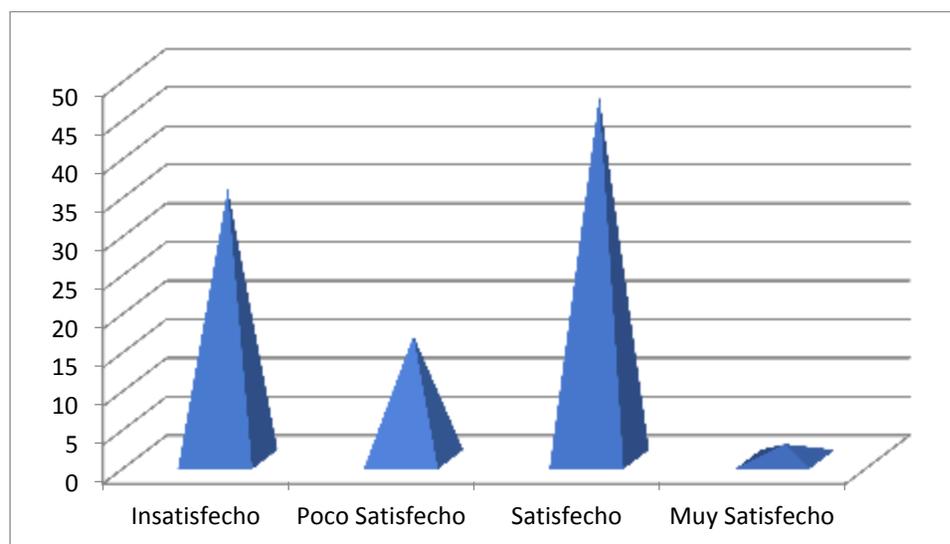


Figura 31. Estado de las rejillas del alcantarillado

Fuente. Autor del proyecto

Al igual que la pregunta número 32, la mayoría se siente satisfecho con el estado de las rejillas del alcantarillado, aunque la minoría de los encuestados no está satisfecho, ya que dicen que a las rejillas nunca se les hace mantenimiento y esa es la causa por la que cuando llueve el agua no puede pasar por las citadas rejillas y esto trae las inundaciones que afecta a la comunidad.

**Tabla 33.**

*Gestión de arreglos cuando se presentan daños en el servicio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	92	26
Poco Satisfecho	82	24
Satisfecho	170	49
Muy Satisfecho	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

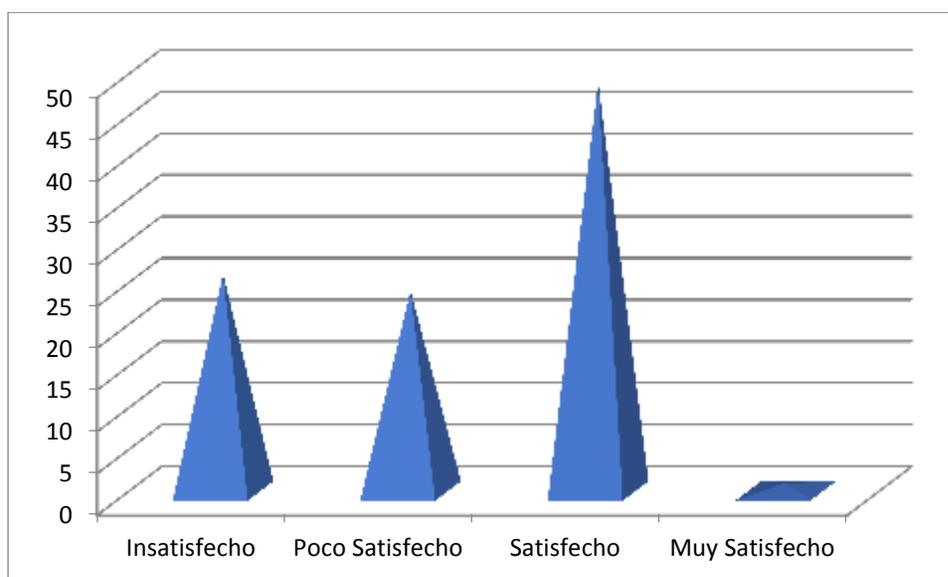


Figura 32. Gestión de arreglos cuando se presentan daños en el servicio

Fuente. Autor del proyecto

La mayoría de los usuarios afirman que cuando se presenta algún daño que afecte el servicio, la empresa envía de forma rápida a los empleados, por lo que están satisfechos con la gestión de los arreglos cuando se presentan dichas eventualidades, de forma contraria el 24 y 26% se encuentran insatisfechos, ya que afirman que los arreglos son muy demorados lo que afecta en gran medida las actividades realidad a diario con el servicio ofrecido por al empresa.

**Tabla 34.**

*Precio del servicio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	99	28
Poco Satisfecho	71	20
Satisfecho	176	51
Muy Satisfecho	2	1
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

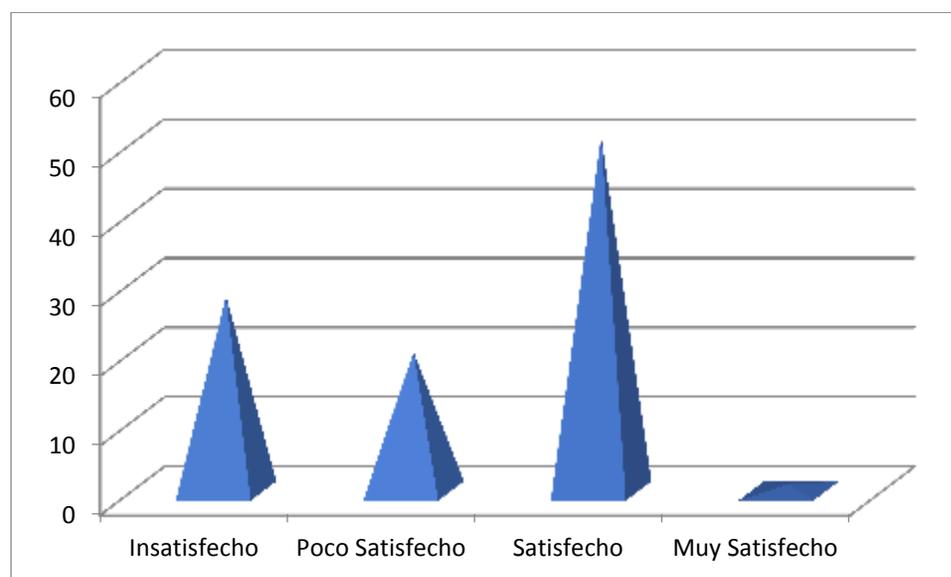


Figura 33. Precio del servicio

Fuente. Autor del proyecto

Referente al precio la mayoría dicen que están satisfechos con el mismo, mientras que el 28%, se encuentran muy insatisfechos y el 20% poco satisfechos, por lo que sería bueno realizar un estudio de precios para determinar si se está cumpliendo con las disposiciones legales y así evitar demandas jurídicas en un futuro.

**Aseo.** Según la Ley 689 de 2001, por la cual se modifica parcialmente la Ley 142 de 1994, dice que el servicio público de aseo, es el servicio de recolección municipal de residuos, principalmente sólidos, también se aplicará esta ley a las actividades complementarias de transporte, tratamiento, aprovechamiento y disposición final de tales residuos (República de Colombia, Ley 689 de 2001, 2014).

**Tabla 35.**

*Aseo en parques y calles principales del municipio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	77	22
Poco Satisfecho	56	16
Satisfecho	182	52
Muy Satisfecho	33	10
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

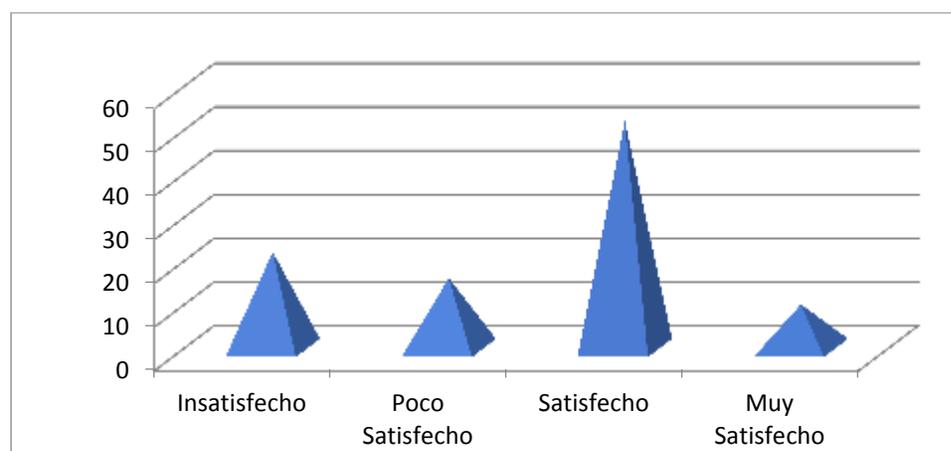


Figura 34. Aseo en parques y calles principales del municipio

Fuente. Autor del proyecto

La responsabilidad del barrido y limpieza de vías y áreas públicas son propias de las entidades prestadoras del servicio de aseo y deberán realizarse con una frecuencia tal que las vías y áreas públicas estén siempre limpias y aseadas (art. 52 Dec 1713 de 2002).

Está labor es realizada mediante el uso de fuerza humana y elementos manuales, la cual comprende el barrido para que las áreas públicas quedan libres de papeles, hojas, arenilla acumulada en los bordes del andén y de cualquier otro objeto o material susceptibles de ser removido manualmente.

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que el 52% de los usuarios están satisfechos con la labores realizada por la empresa en cuanto al aseo en parques y calles principales del municipio, lo que es muy importante ya que la mayoría de los usuarios se sienten conformes con la labor realizada por la entidad y esto a su vez hace que se adquiera sentido de pertenecía y empoderamiento.

### **Tabla 36.**

#### *Cumplimiento de la recolección de basuras*

<b>CONCEPTO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Insatisfecho	43	12
Poco Satisfecho	65	19
Satisfecho	203	58
Muy Satisfecho	37	11
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

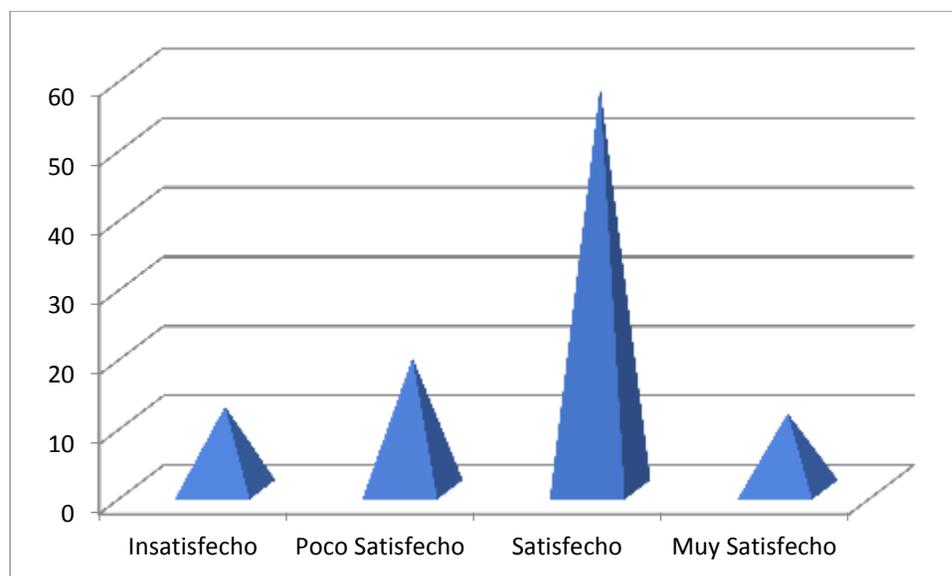


Figura 35. Cumplimiento de la recolección de basuras

Fuente. Autor del proyecto

La gestión integral de residuos domiciliarios establece las siguientes etapas: generación, disposición inicial, recolección, transferencia, transporte, tratamiento y disposición final. Por lo que es responsabilidad de los habitantes de la ciudad:

**Generación:** es la actividad que comprende la producción de residuos domiciliarios.

**Disposición inicial:** es la acción por la cual se depositan o abandonan los residuos. La disposición inicial puede ser general (sin clasificación y separación de residuos) o selectiva (con clasificación y separación de residuos a cargo del generador) (Infujos, 2009).

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que en el cumplimiento de la recolección de basuras, la mayoría de los usuarios encuestados se encuentran muy satisfechos con la labor realizada por la empresa, con lo que se demuestra que más de la mitad, están de acuerdo y aceptan las disposiciones de la empresa.

**Tabla 37.***Gestión de olores y ruidos molestos durante la recolección*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	95	27
Poco Satisfecho	74	21
Satisfecho	162	46
Muy Satisfecho	17	6
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

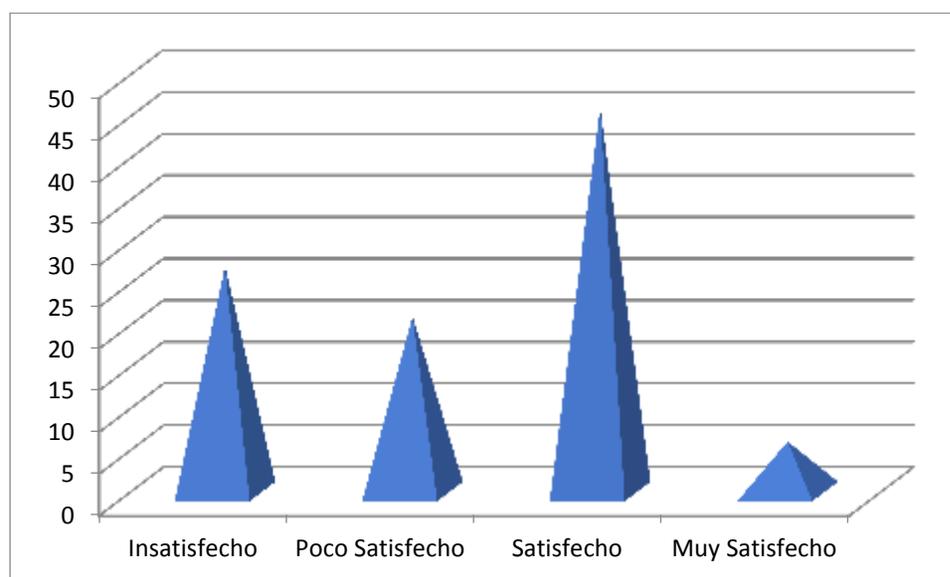


Figura 36. Gestión de olores y ruidos molestos durante la recolección

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la gestión de olores y ruidos molestos a la hora de recolectar las basuras y residuos, se debe decir que el 46% de los usuarios encuestados afirman que están satisfechos con la labor realizada por la empresa, mientras que el 27% están insatisfechos, con lo que se evidencia que un porcentaje alto no están satisfechos, razones que se deben conocer por parte de la empresa para darle soluciones a dichas inconformidades.

**Tabla 38.***Disposición final de las basuras*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	26	7
Poco Satisfecho	32	9
Satisfecho	283	81
Muy Satisfecho	7	3
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

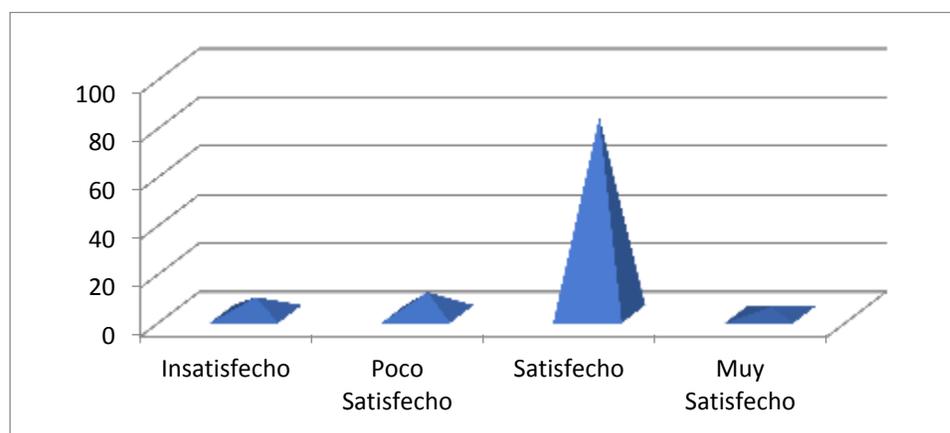


Figura 37. Disposición final de las basuras

Fuente. Autor del proyecto

Las basuras o desechos son todos los desperdicios que se producen en las viviendas y, en general, en los establecimientos o lugares donde el hombre realiza sus actividades, produciendo residuos de cáscaras, plásticos, papeles, frascos, huesos, trapos, cartones, etc. La recolección y disposición inadecuada de las basuras permite el desarrollo de insectos que se alimentan de ella produciendo algunas enfermedades al hombre como por ejemplo la tifoidea, paratifoidea, amibiasis, diarrea infantil y otras enfermedades gastrointestinales (López Rivera, 2009). Cuando las basuras se acumulan en un lugar se forman los basureros que causan molestias a las personas, generando malos olores, convirtiéndose en criaderos de moscas, cucarachas, ratones y contaminando las fuentes de agua, el suelo y el aire en general.

Es por esto que la mayoría de los usuarios encuestados consideran que la disposición final de las basuras en el municipio es la adecuada por lo que se sienten satisfechos con tal servicio, mientras que el 9 y 7% no están satisfechos siendo estos un pequeño porcentaje de la población y por lo tanto no es relevante.

**Tabla 39.**

*Precio del servicio*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	102	29
Poco Satisfecho	65	19
Satisfecho	179	51
Muy Satisfecho	2	1
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

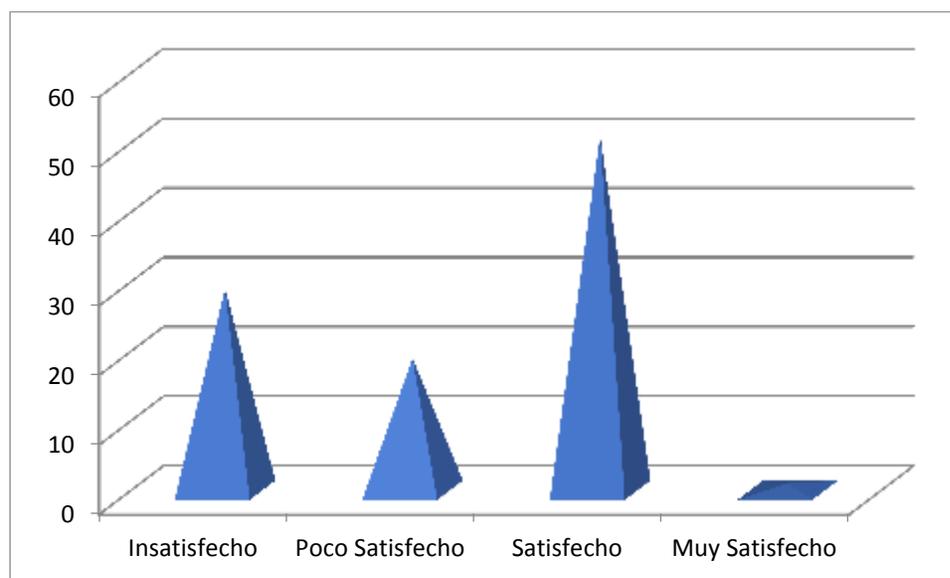


Figura 38. Precio del servicio

Fuente. Autor del proyecto

De igual forma en cuanto al precio del servicio, se debe decir que la mayoría de los usuarios están satisfechos, ya que afirman que es acorde al servicio ofrecido, contrario a esto el 19 y 29% no están satisfechos, ya que según los encuestados la empresa no se está rigiendo por la ley de servicios públicos y por lo tanto no está siendo coherente el servicio recibido con el precio pagado.

**Atención al cliente.** El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo, por lo que la amabilidad hace referencia al trato cortés y servicial, de igual forma la atención personalizada con los clientes, hacer que el ambiente de la empresa sea agradable, la comodidad es fundamental para la buena atención, la seguridad hace referencia a la que se le da al cliente al momento de visitarlo, la higiene es la limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores.

Una empresa o negocio brinda un buen servicio al cliente cuando ha trabajado en varios de estos factores; por ejemplo, cuando trata a sus clientes con amabilidad, les da un trato personalizado, los atiende con rapidez, les ofrece un ambiente agradable, y los hace sentir cómodos y seguros. Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprar, y que muy probablemente nos recomiende con otros consumidores.

**Tabla 40.***Horarios de atención*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	5	1
Poco Satisfecho	10	3
Satisfecho	317	91
Muy Satisfecho	16	5
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

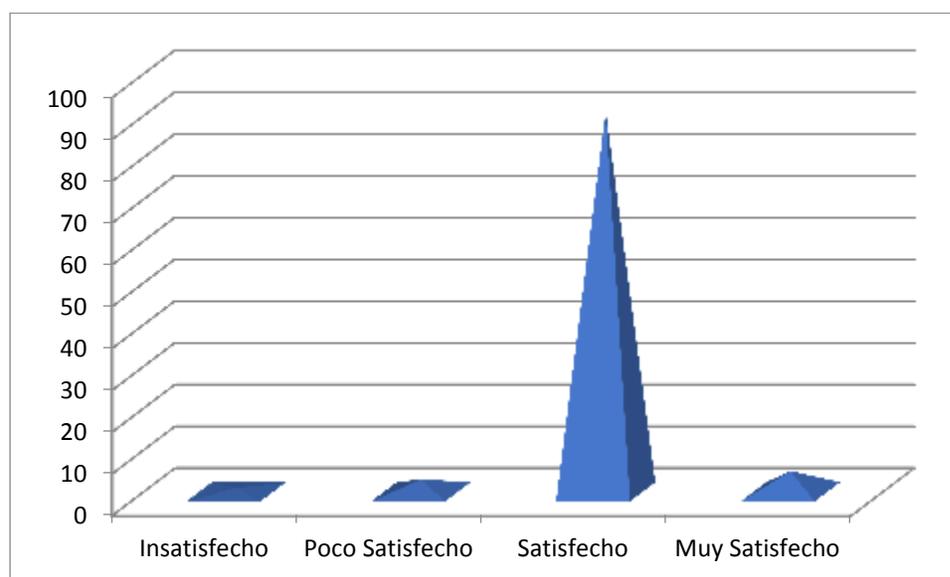


Figura 39. Horarios de atención

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a los horarios de atención se debe decir que un gran porcentaje de los usuarios siendo relevante para la investigación, afirman que están satisfechos con los horarios de atención ofrecidos por la empresa, de lo cual se puede decir que no se poseen quejas al respecto.

**Tabla 41.***Amabilidad y atención de los empleados*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	8	2
Poco Satisfecho	11	3
Satisfecho	303	87
Muy Satisfecho	26	8
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

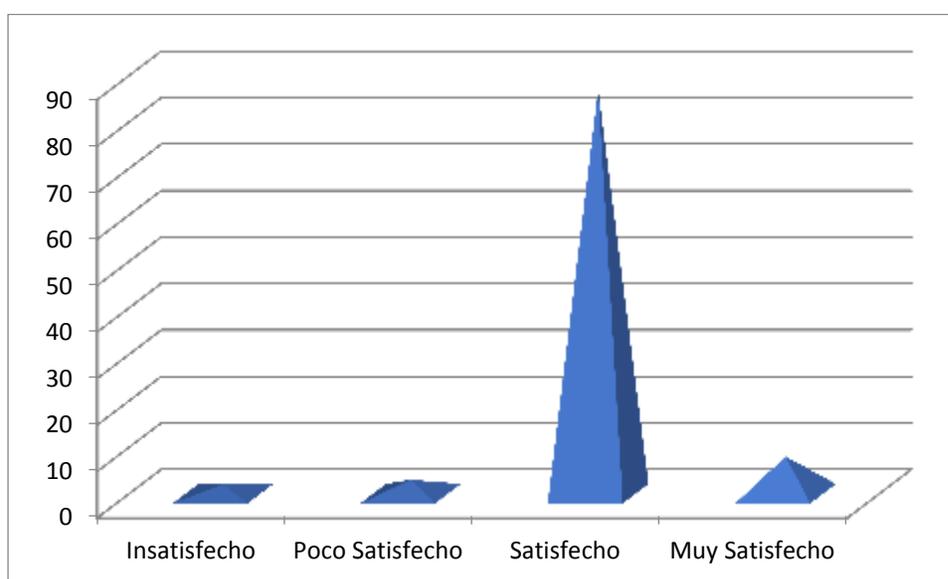


Figura 40. Amabilidad y atención de los empleados

Fuente. Autor del proyecto

Del mismo modo la mayoría de los usuarios encuestados dicen estar satisfechos con la amabilidad y atención de los empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., por lo que se siente muy bien al visitar las instalaciones ya que se nota en los funcionarios sentido de penitencia, empoderamiento y amor por la actividad realizada, del mismo modo el 8% se sienten muy satisfechos y el 2 y 3% no están satisfechos.

**Tabla 42.**

*Tiempo que tarda la empresa en responder su queja o petición*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	26	7
Poco Satisfecho	22	6
Satisfecho	279	81
Muy Satisfecho	21	6
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

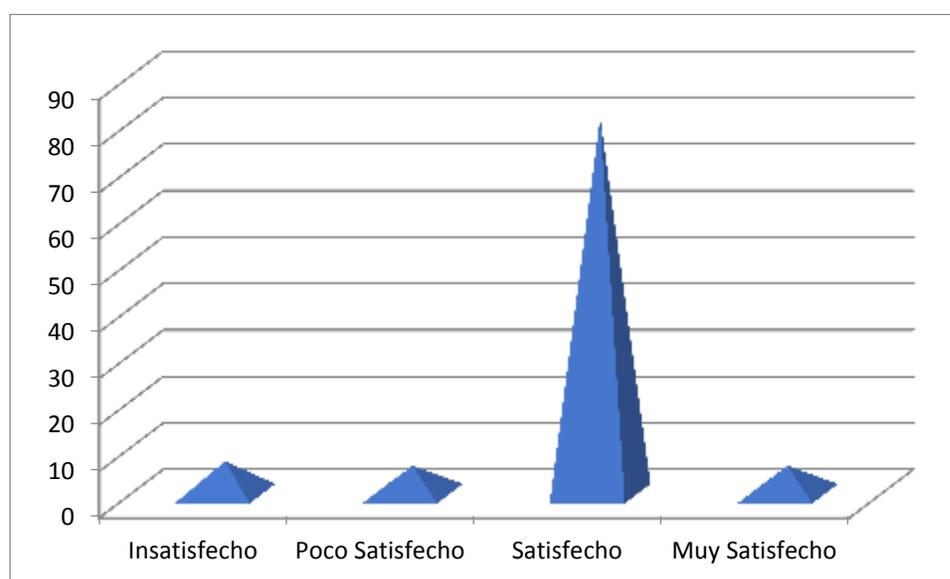


Figura 41. Tiempo que tarda la empresa en responder su queja o petición

Fuente. Autor del proyecto

Del total de los usuarios encuestados la mayoría de los mismos dicen que están satisfechos con el tiempo que tarda la empresa en responder una queja o petición, ya que esta es de forma rápida, dando solución de forma adecuada a los inconvenientes que se presentan entre los usuarios y la empresa o daños que imposibiliten la prestación del servicio de forma adecuada.

**Tabla 43.***Facilidad para entender la factura*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	12	3
Poco Satisfecho	23	7
Satisfecho	300	86
Muy Satisfecho	13	4
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

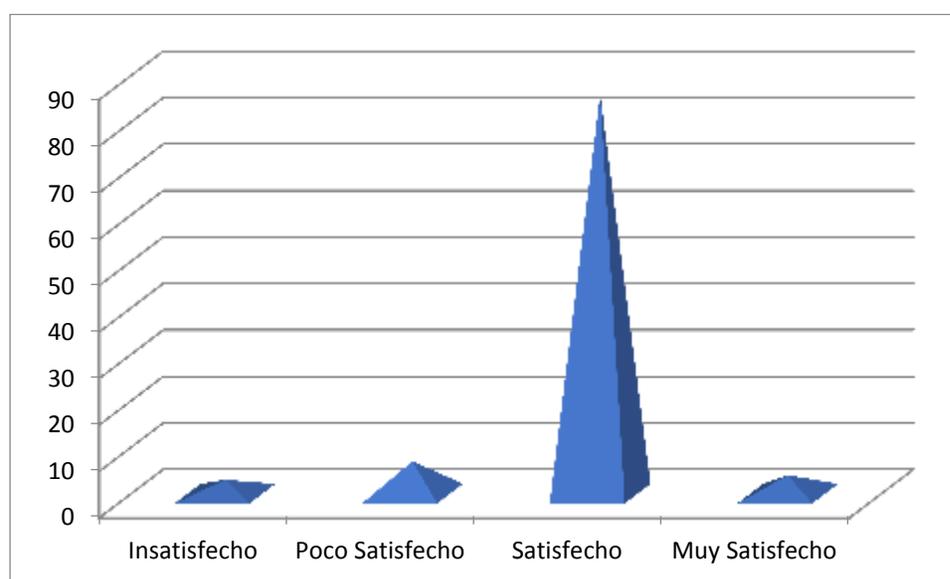


Figura 42. Facilidad para entender la factura

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la atención de las facturas, es necesario afirmar que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con dicho servicio, siendo este porcentaje, la mayoría de los encuestados, por lo que se evidencia que los usuarios están agradados con la atención y servicio ofrecido por la empresa lo que es muy importante para la entidad, ya que el ser de todo ente económico está en la satisfacción del cliente externo.

**Tabla 44.***Cantidad de puntos de pago*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	58	17
Poco Satisfecho	17	5
Satisfecho	254	73
Muy Satisfecho	19	5
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

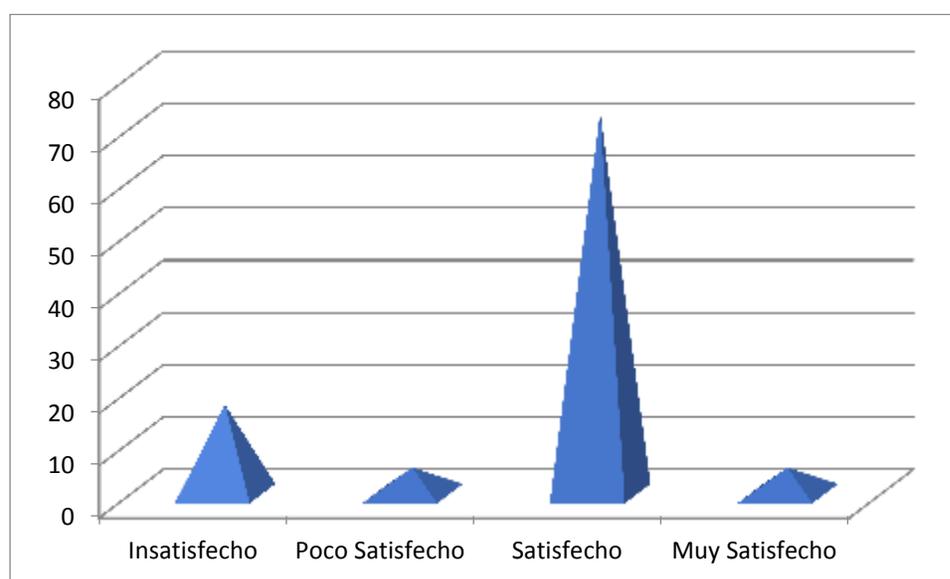


Figura 43. Cantidad de puntos de pago

Fuente. Autor del proyecto

Teniendo en cuenta que los puntos de pago son los lugares donde los usuarios del servicio puede realizar la cancelación o pago por el servicio recibido en cada una de sus residencias o negocios ubicados en la población, se debe decir que 73% de los usuarios dicen que la cantidad de estos son suficientes para el número de usuarios por lo que no ven la necesidad de crear nuevos, aunque un porcentaje también representativo es decir el 17% dicen que están

insatisfechos, porque según ellos en los puntos hace falta una mayor agilidad de las cajeras, lo que en muchas ocasiones hace que el proceso de pago sea muy demorado.

**Tabla 45.**

*Satisfacción en las soluciones de los servicios prestados*

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insatisfecho	19	5
Poco Satisfecho	57	16
Satisfecho	259	74
Muy Satisfecho	13	5
<b>TOTAL</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

**Nota:** Fuente. Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

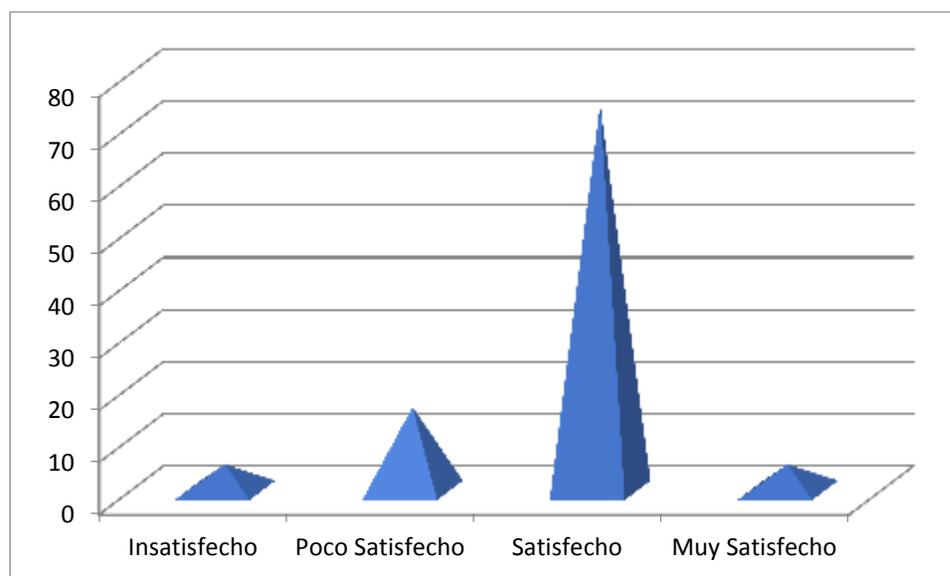


Figura 44. Satisfacción en las soluciones de los servicios prestados

Fuente. Autor del proyecto

Para todo usuario la satisfacción en las soluciones de los servicios prestados es muy importante, ya que cuando se presenta un inconveniente lo que se espera es que sea solucionado de forma, rápida, eficiente y eficaz, por lo que el 74% de los encuestados dicen estar satisfechos

con la solución a sus peticiones, lo que es muy favorable para la empresa ya que esto le trae prestigio y confianza a sus usuarios.

#### **4.3 Diagnostico situacional actual, de la satisfacción del cliente de la empresa**

**EMPOSANAL S.A E.S.P. proponiendo las respectivas recomendaciones con el fin de promover mejoras en su gestión.**

El diagnóstico empresarial es una herramienta que le permite conocer el estado de su empresa en diferentes áreas de gestión, a partir de los resultados obtenidos, podrás identificar qué áreas de su empresa necesitan fortalecerse y para ello, se debe recibir información especializada que será de gran utilidad en el proceso de mejoramiento.

Por lo que el mercado actual se caracteriza por la concurrencia de un número cada vez mayor de empresas que brindan el mismo producto o prestan el mismo servicio, un mercado dominado por los consumidores y en el cual las empresas han comenzado a agudizar su competencia. Debido a esto, se comenzaron a reformular teorías y emplear enfoque, con el fin de permitirles a las empresas el cambio que necesitaban la orientación hacia el cliente.

Las empresas en proceso de perfeccionamiento transitan por varios pasos:

Preparación de todos los trabajadores.

Diagnóstico empresarial inicial

Desarrollo del estudio y proyección del perfeccionamiento. Expediente del Perfeccionamiento.

Implantación del Perfeccionamiento Empresarial.

Supervisión y ajuste del sistema diseñado.

Las cuales se puede agrupar en cuatro grandes etapas:

Sensibilización

Diagnostico

Proyección

Seguimiento y evaluación

El diagnostico empresarial inicial se realiza con un enfoque predominantemente funcional y jerárquico, sin una combinación adecuada de estos enfoques tradicionales y el de proceso. Esto puede estar condicionado cuando los directivos perciben a la organización como un sistema conformado por sus diferentes elementos lo cual hace que se analice cada uno de los subsistemas de forma funcional e independiente teniendo en cuenta el área en particular, o sea ven a la organización fraccionada por departamentos, los cuales se centra en el cumplimiento de sus tareas, lo cual trae consigo que no se logre ver la organización como un todo y como parte de un ambiente externo mayor, no se logra percibir que la actividad de cualquier parte de la organización afecta a todas las partes.

Teniendo en cuenta la anterior se debe decir que la satisfacción de cliente interno, no se debe confundir con la satisfacción de los empleados, también conocida como clima organizacional. Por lo que se puede decir que el servicio de las personas que están en contacto directo con el cliente puede depender en buena medida del apoyo recibido desde servicios centrales, y esto sin ningún tipo de duda incidirá en la satisfacción global del cliente externo. Por

tanto, si se trata de dar mejor apoyo a quienes tratan con el cliente final, se debe mejorar la eficiencia global de la organización (Openmet.com, 2017).

Evidencia de esto es que los 21 empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., afirman que en la entidad existen falencias y aspectos a mejorar, de igual forma están satisfechos con las capacitaciones dadas en cuanto a las funciones y responsabilidad que poseen cada uno de estos, de igual forma esto les ha ayudado a desarrollar las capacidades.

Según la investigación los empleados se sienten satisfechos con las relaciones que hasta el momento han llevado con los compañeros, ya que esta ha estado enmarcada en el dialogo, compañerismo, ayuda mutua, entre otros factores que son fundamentales en el lugar de trabajo, además de lo anterior se han tenido adecuadas relaciones de trabajo, lo que hace que los trabajadores se sientan felices logrando la mejora de la productividad en el entorno laboral.

Todo lo anterior se refleja en las relaciones con los clientes externos, por la cordialidad y amabilidad en la labor y servicio ofrecido, de igual forma la colaboración que los compañeros ofrecen para sacar adelante las tareas o actividades en la empresa, es fundamental ya que se han sentido ayudados y apoyados por los demás empleados, lo que ha sido esencial a la hora de llevar a feliz término la labor encomendada.

De otra parte cuando se habla de seguridad laboral en el puesto de trabajo, se puede incluir desde las enfermedades y molestias físicas derivadas de la actividad profesional, hasta los daños psíquicos. Por lo tanto la precariedad de un puesto de trabajo y la temporalidad de los

contratos de trabajo, contribuyen a que los empleados no estén lo suficientemente informados de los riesgos que tienen su puesto de trabajo y las medidas de prevención que deben establecer antes de trabajar (Iberestudios internacional, 2010). Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que en la empresa se debe hacer un análisis más profundo y corregir los posibles errores encontrados o evidenciados por los empleados inconformes.

Las condiciones laborales para desarrollar las actividades diarias en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, deben estar encuadradas principalmente el medio ambiente de trabajo relacionado fundamentalmente con las condiciones físicas como son las condiciones acústicas, vibraciones, iluminación, radiaciones ionizantes y no ionizantes, condiciones termohigrométricas, con el objeto de establecer no sólo unos niveles de exposición a éstos por debajo de aquellos que se pueden considerar como perjudiciales para la salud de los trabajadores, sino que también permitan desarrollar las tareas de una forma eficiente sin afectar a su rendimiento (Imf-formacion.com, 2017).

Los puestos de trabajo ya sean compartidos o individuales, abiertos o cerrados, deben ser pensados y diseñados teniendo en cuenta el bienestar de los empleados y la cultura y los objetivos corporativos, afirma (Calderon, 2017), que es primordial que la infraestructura refleje la personalidad de la empresa: su forma de ser, comunicar, organizar y relacionarse. Las instalaciones deben contar con elementos físicos como temperatura e iluminación adecuada, control de ruido y aire fresco, no obstante, colores y tamaños afines a la imagen corporativa son esenciales.

Las capacitaciones en una empresa se realizan con el objetivo de lograr un mejor desarrollo del personal, esto implica toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades y buscando la mejora continua, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Con dichas capacitaciones se busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo de forma estructurada y con metas bien definidas. Para lo anterior se debe tener claro que la capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

En cuanto al contenido de las capacitaciones esta se refiere a los temas que se impartirán en el programa, estos deben contener los objetivos de desempeño buscados en el aprendizaje. Por lo que el 43% de los empleados encuestados afirman que se encuentran satisfechos y un porcentaje igual esta poco satisfecho, ya que consideran que los contenidos deben ser más actuales y para mejorar la labor realizada a diario en la entidad.

La frecuencia de las capacitaciones es la cantidad de tiempo que transcurre de una a otra y teniendo en cuenta esto se debe decir que el 76% de los encuestados siendo un número alto esta poco satisfecho, ya que consideran que estas deben ser con más frecuencia, esto teniendo en cuenta que la capacitación debe ser una actividad que se lleva a cabo en las empresas de forma constante, esto porque al contar con el recurso humano bien capacitado, se logrará realizar las actividades de forma eficiente y eficaz.

Teniendo en cuenta que el deporte y la recreación hacen parte de la formación integral del ser humano, por tal motivo, su promoción y fomento son del interés de las empresas en particular y para tal fin, estas tienen la obligación de promocionar el deporte siendo esta una necesidad de

primer orden para el desarrollo de las actividades físicas, estimular el uso de estilos de vida saludable y el fomento a deportistas de la región que los representan en competencias regionales, nacionales e internacionales, por lo tanto los empleados se encuentran satisfechos con las actividades realizadas a diario por la empresa con el objetivo de fomentar el deporte y la recreación entre los empleados.

De otra parte el desarrollo o crecimiento laboral es la fase del crecimiento personal que obedece a las necesidades de auto-superación que experimenta cada individuo; asimismo, el desarrollo profesional del personal de una organización hace parte de los procesos de desarrollo de recursos humanos y es fruto de la inversión que hacen las empresas en las personas que las conforman y que, a través de su trabajo, las engrandecen, teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que la mayoría de las personas encuestadas dicen estar satisfechas con las posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral que les ha brindado hasta el momento la empresa, lo que les ha ayudado a ascender dentro de la organización y a crecer de forma personal.

En cuanto al trato con dignidad y respeto en el área de trabajo se debe decir que la mayoría está satisfecho, ya que este aspecto se ha logrado dentro de la empresa con un balance en las relaciones, de tolerancia y respeto, siendo esto ideal para mantener un comportamiento comedido, pacífico, donde predomine la serenidad y el trabajo en equipo, con el objetivo de llevar a feliz término las labores encomendadas y así lograr prestar el servicio con mejor calidad a los usuarios.

Siendo conscientes que los beneficios de la motivación del personal consiste en una mejor imagen de la empresa, mayor compromiso, mayor rendimiento laboral, más y mejores ideas de mejora, menores inconvenientes para la empresa, mayor competitividad empresarial y

menos fugas de cerebros, por lo que la mayoría de los usuarios se sienten hasta el momento satisfechos con la motivación recibida en la empresa los que les ha ayudado a crecer tanto laboral como personalmente y esto ha redundado en beneficio de las labores realizadas en la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

Afirman que la presión del agua es la fuerza que ejerce la misma sobre un objeto determinado, esto se presenta en átomos y moléculas en gases y en líquidos se encuentran en constante movimiento, saltan y rebotan y chocan por todas partes. Chocan unas contra otras y también rebotan de las paredes de cualquier recipiente que las contenga, ejerciendo una fuerza minúscula mientras que rebotan contra dicha pared, por lo que está fuerza es lo que experimentamos como presión. Dicha presión es la fuerza con la que llega el agua a la casa de cada uno de los usuarios y es por esto que el 51% de los mismos se encuentran satisfechos, mientras que el 25 y 23 no están satisfechos con la presión del agua esto puede ser porque sus viviendas están ubicadas en lugares muy altos.

En cuanto a la calidad del agua se debe decir que esta es importante, ya que las autoridades sanitarias deben garantizar que el agua del grifo sea totalmente apta para el consumo humano, por lo que la mayoría de los usuarios encuestados afirman que están satisfechos con la calidad y pureza del agua que reciben a diario en sus hogares.

La mayoría de los usuarios afirman que cuando se presenta algún daño que afecte el servicio, la empresa envía de forma rápida a los empleados, por lo que están satisfechos con la gestión de los arreglos cuando se presentan dichas eventualidades, de igual forma en el

cumplimiento de la recolección de basuras, la mayoría de los usuarios encuestados se encuentran muy satisfechos con la labor realizada por la empresa, con lo que se demuestra que más de la mitad, están de acuerdo y aceptan las disposiciones de la empresa, del mismo modo la mayoría de los usuarios encuestados consideran que la disposición final de las basuras en el municipio es la adecuada por lo que se sienten satisfechos con tal servicio.

En cuanto a la atención de las facturas, es necesario afirmar que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con dicho servicio, siendo este porcentaje, la mayoría de los encuestados, por lo que se evidencia que los usuarios están agradados con la atención y servicio ofrecido por la empresa lo que es muy importante para la entidad, ya que el ser de todo ente económico está en la satisfacción del cliente externo.

Para todo usuario la satisfacción en las soluciones de los servicios prestados es muy importante, ya que cuando se presenta un inconveniente lo que se espera es que sea solucionado de forma, rápida, eficiente y eficaz, por lo que el 74% de los encuestados dicen estar satisfechos con la solución a sus peticiones, lo que es muy favorable para la empresa ya que esto le trae prestigio y confianza a sus usuarios.

Teniendo en cuenta el diagnóstico realizado se debe decir que la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P, como primera medida se plantean los beneficios de implementar actividades de servicio al cliente y posteriormente las estrategias pertinentes para lograr establecer una cultura o modelo de servicio al cliente en la empresa. Lo anterior va encaminado al mejoramiento del servicio al cliente y con el objetivo de fortalecer el vínculo con el cliente y con esto hacer que

este prefiera a la empresa por encima de otras, establecer relaciones de largo plazo con los clientes permitiendo que la empresa mantenga clientes fieles y rubros de ingresos de forma permanente, conocer lo que para cada cliente es importante en particular y atender sus necesidades en pro del sostenimiento económico de la empresa, mejorar la calidad de los procesos internos de la empresa para poder cumplir con los requerimientos del cliente, las políticas de calidad en el servicio al cliente pueden ser una estrategia de promoción de ventas tan efectivas como la publicidad y promover la calidad del trabajo y el compromiso de los empleados.

### **Recomendaciones.**

**Analizar la situación actual de la empresa frente al servicio al cliente.** Para esto, es necesario que la empresa conozca su situación actual frente a las actividades de servicio al cliente. Esta primera parte, se inicia con la implementación de una auditoria encaminada a determinar las necesidades tanto del cliente como de la empresa:

Inicialmente, se plantea un análisis de problemas y causas a fin de determinar la solución más pertinente. Para esto se usa el análisis de Pareto con el cual se destacan los problemas de mayor influencia en las deficiencias encontradas en la auditoria.

Seguidamente, se detectan cuatro problemas principales, siendo el primero de ellos la baja recordación del nombre de la empresa y/o de su imagen en el mercado donde se desempeña. El segundo de ellos es la percepción de una deficiente atención personal resumida en la no

solución de inquietudes de los clientes, falta de actitud del empleado que atiende y no solución de quejas y reclamos. El tercer problema más relevante es una percepción de deficiente presentación personal y el cuarto deficiencias en la atención telefónica.

**Diseño de un modelo de servicio al cliente.** Adicional a las anteriores ventajas, el diseño de un modelo de servicio al cliente debe cumplir con una serie de actividades encaminadas a diseñarlo e implementarlo, como por ejemplo: Crear una base de datos de los clientes actuales de la empresa, determinando sus características, necesidades y volúmenes de compra. De esta manera se reconoce la participación de cada cliente en los ingresos de la empresa y se enfocan las políticas de servicio priorizando los clientes. Esto no quiere decir que la calidad del servicio se debe enfocar solo a aquellos clientes que compran más a la empresa, sino que los esfuerzos pueden ser equiparados a cada necesidad. Caracterizar a los clientes. Para definir de forma objetiva el nivel de servicio a ofrecerles a los clientes, es necesario clasificar a estos en grupos de acuerdo con sus características, deseos y posibilidades, de forma que se pueda garantizar el nivel de servicio que cada cliente demanda. Identificar y clasificar las necesidades del cliente: Con esto se pretende establecer las dificultades o debilidades que actualmente se presentan con relación al servicio.

**Capacitación en servicio al cliente.** La capacitación es uno de los aspectos clave para el éxito de la empresa. Al este respecto, se determina que debe cumplir con lo siguiente: Objetivos: Brindar a los empleados las herramientas necesarias para implementar el diseño de un modelo de servicio al cliente, establecer principios, caracterizar a los clientes, identificar y clasificar necesidades, determinar factores de influencia, diseñar la organización, identificar necesidades

cliente interno, establecer indicadores en la empresa teniendo en cuenta la cultura de servicio al cliente, lograr que la organización cuente con métodos y sistemas de trabajo que permitan la fidelización de sus clientes, por lo que se proponen los siguientes temas de capacitación:

Cultura de Servicio al Cliente.

Qué es una Cultura.

Características.

Cultura de Servicio al Cliente.

La lealtad es el factor clave de éxito.

La lealtad produce dividendos.

Cómo conseguir incrementar la lealtad de los clientes.

Cómo no cometer errores en los programas de servicio.

**Fortalecer las actividades de promoción y publicidad.** Se sugiere incrementar las actividades de promoción y publicidad, tomando como estrategia el servicio al cliente para ganar ventaja competitiva. Al implementar esta estrategia es necesario diseñar e implementar un programa de capacitación en servicio al cliente y divulgar la política de servicio y atención al cliente. Para esto las actividades deben estar encaminadas a “informar” al cliente sobre la importancia de este para la empresa y el esmero de esta última para satisfacer sus necesidades.

**Determinar la posibilidad de contratar un Call Center.** La evolución de las tecnologías de la comunicación ha permitido poner a disposición de los operarios bases de datos y aplicaciones que permiten una rápida gestión de la información y tratamiento de los problemas que plantean los usuarios, en tiempo real. Esta rápida transformación deriva no sólo del interés de las propias compañías por mejorar la atención a los clientes, sino de la demanda de estos últimos, que exigen a sus compañías ubicuidad, tanto geográfica como horaria, accesibilidad y mucha información. Teniendo claro que la implementación de un call center o contac center podría resultar rentable, bien porque permite fidelizar clientes y conseguir más ventas a medio y largo plazo, o porque permite solucionar problemas aportando o complementando información, sin necesidad de poner en marcha mecanismos administrativos, se propone evaluar la posibilidad de implementar un call center, el cual hoy en día está al alcance de cualquier empresa.

Entre las ventajas de su implementación están:

Mejorar su imagen de la empresa en cuanto a la atención

Aumentar la capacidad de relación con el mercado

Fidelizar a los clientes

Cero inversiones en infraestructura

Buscar nuevas oportunidades de negocio

Ahorrar tiempo

Reducir costos

Fortalecer la gestión de relaciones con el cliente

Recepción y gestión de pedidos

Seguimiento comercial

Gestión de devoluciones y reclamos

La implementación del call center no debe ser directa, es decir, la empresa puede contratar de manera externa los servicios por un outsorsing. El valor promedio al año es variable, pues el call center contratado debe evaluar la cantidad de atención y servicios que requiere la empresa, y con base en esto establecer el valor.

## Capítulo 5. Conclusiones

En cuanto al grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., se debe decir que la mayoría de estos se encuentran conformes con la organización interna de la entidad, por lo que se evidencia un excelente clima organización y trabajo en equipo lo que ha dado como resultado un servicio con excelente calidad.

De igual forma los usuarios de los servicios recibidos por la Empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., afirman que se sienten conformes con la atención al cliente que poseen los empleados de la entidad, ya que es un trato agradable y se refleja en ellos compañerismo, ayuda mutua y excelentes relaciones personales, conservando la calidad de trabajadores y compañeros de trabajo.

Por último a través del diagnóstico de la situación actual en cuanto a la satisfacción del cliente de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., se debe decir que la investigación arrojo aspectos positivos sobre dicha satisfacción aunque se debe mejorar ciertos aspectos por lo que se hicieron las respectivas recomendaciones para mejorar aún más la calidad del servicios ofrecido por la empresa.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda continuar realizando estudios sobre el grado de satisfacción del cliente interno de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P., para identificar los factores que influyen en su productividad y así detectar y corregir falencias, que puedan en determinado momento llegar a dañar el clima organizacional y el ambiente laboral actual.

De igual forma no se debe descuidar el usuario, por lo que se debe estar conociendo sus opiniones respecto al servicio recibido y la atención de los empleados, por lo que se sugiere de igual forma implementar un buzón de sugerencias.

Por último se le recomienda a la empresa, implementar las sugerencias realizadas con el fin de promover mejoras en su gestión y así lograr la permanencia de los clientes y la llegada de nuevos, por la calidad del servicio ofrecido.

## Referencias

- Aguas de Cartagena. (2017).  
<https://www.acuacar.com/Oficinavirtual/Informacióngeneral/guiadelusuario/tabid/112/ArticleID/143/¿Quiénes-somos-usuarios-de-los-servicios-públicos-domiciliarios.aspx>.  
 Obtenido de Guia del usuario.
- Alvarez Sanchez, A. P., & Ruedas Blanco, R. A. (2016). Evaluación de la satisfacción al cliente del restaurante el Corralito Ocañero. Ocaña: Universidad Francisco de Paula santander Ocaña.
- Banco de la República. (2015). Oferta y demanda. Obtenido de  
[http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta\\_y\\_demanda](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda).
- Banderas, A. (12 de Junio de 2016). <http://elpilon.com.co/destapan-fraude-agua-san-alberto/>.  
 Obtenido de Destapan fraude de agua en San Alberto.
- Barrera, E. (2016). Investigación sobre los niveles de satisfacción de los clientes auditoria del servicio telecomunicaciones. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Bernal Gómez, M. M. (2015). La cultura del servicios en las entidades financieras en Colombia, un análisis para incrementar la generación del valor. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Calderon, L. M. (2017). Espacios adecuados favorecen un mejor desempeño laboral. Bogotá: Consultor en L&L.
- Congreso de Colombia. (2012). Ley 142 De 1994. Bogotá: Régimen Legal de Bogotá D.C.
- Crece mujer. (1 de Febero de 2017). <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/cual-es-la-importancia-de-la-planificacion-en-tu-emprendimiento>. Obtenido de ¿Cuál es la importancia de la planificación en tu emprendimiento?
- Delgado Páez, D. L. (2014). Riesgos derivados de las condiciones de trabajo y de la percepción de salud según el género de la población trabajadora en España . Barcelona: Universidad de Alcalá.
- Denove, C., & D. Power, J. (20 de Mayo de 2017). <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/la-satisfaccion-del-cliente>. Obtenido de La satisfacción del cliente.
- Gerencia.com. (2017). Importancia del trabajo en equipo en la organización. Obtenido de [http://www.degerencia.com/articulo/importancia\\_del\\_trabajo\\_en\\_equipo\\_en\\_la\\_organizacion](http://www.degerencia.com/articulo/importancia_del_trabajo_en_equipo_en_la_organizacion).
- Hernandez Salazar, p. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario . Mexico: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

- Iberestudios internacional. (3 de Noviembre de 2010).  
<http://noticias.iberestudios.com/prevencion-de-riesgos-laborales-la-seguridad-en-el-puesto-de-trabajo/>. Obtenido de Prevención de Riesgos Laborales: la seguridad en el puesto de trabajo.
- Imf-formacion.com. (2017). <https://www.imf-formacion.com/blog/prevencion-riesgos-laborales/actualidad-laboral/condiciones-de-trabajo-en-relacion-con-la-salud/>. Obtenido de Condiciones de trabajo en relación con la salud.
- Instituto Colombiano de Normas Tecnicas y Certificación. (2 de Septiembre de 2015). Sistema de gestión de la calidad fundamentos y vocabulario. NTC-ISO 9000:00. Obtenido de [http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO\\_9000\\_2005.pdf](http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf).
- Iso 9001:2008. (15 de Enero de 2017).  
[http://www.gestiondecalidadtotal.com/definiciones\\_de\\_calidad.html](http://www.gestiondecalidadtotal.com/definiciones_de_calidad.html). Obtenido de Definición de calidad.
- Labovitz, G. (2015). *Cómo hacer realidad la calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Lavado, C. (2008). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- M.J., P. E. (2009). *¿Quiénes son nuestros clientes?* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez Martínez, C. C., & C, H. L. (2010). *Sistema de gestión de recursos humanos: caracterización para su aplicación en las empresas*. Jalisco: Revista Estudios de la Ciénega No. I Universidad de Guadalajara.
- Mate, J. (1999). *Perspectiva sobre la gestión de los conocimientos*.
- Openmet.com. (2017). <https://www.openmet.com/la-satisfaccion-del-cliente-interno-un-recurso-para-la-optimizacion-de-procesos-y-el-valor-de-una-empresa.htm/>. Obtenido de La satisfacción del cliente interno, un recurso para la optimización de procesos y el valor de una empresa.
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/utilities-water-gas-electricity/lang--es/index.htm>. Obtenido de Servicios públicos (agua; gas; electricidad).
- Plan de desarrollo Municipal de San Alberto. Cesar. (2014). *Diagnóstico municipal*. San Alberto: Municipio de San Alberto cesar.
- Portafolio. (31 de Julio de 2015). *Portafolio*. Recuperado el 09 de Junio de 2015. Obtenido de [http://www.portafolio.co/detalle\\_archivo/CMS-5742467](http://www.portafolio.co/detalle_archivo/CMS-5742467).
- República de Colombia. (2012). *Constitución Polícica de Colombia*. Bogotá: Ediciones cupido.

Sondexo servicio de calidad de vida. (2017). Brindar un servicio de calidad excepcional. Bogotá. [sociologos.com](http://sociologos.com). (26 de Junio de 2016). <http://sociologos.com/2016/06/23/la-satisfaccion-las-necesidades-humanas/>. Obtenido de Sobre la Satisfacción de las Necesidades Humanas.

Superintendencia de servicios públicos domiciliarios. (2012). Cartilla de servicios publicos para entidades territoriales. Bogotá.

Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de la percepción.

Westbrook, O. (1991). juicio evaluativo posterior a la selección.

## **Apéndice**

Apéndice 1. Encuesta dirigida a los Usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

 <b>CUESTIONARIO DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EMPOSANAL S.A E.S.P.</b>					
Encuesta dirigida a los Usuarios de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.					
Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa de acueducto, alcantarillado y aseo de San Alberto, Cesar, EMPOSANAL S.A E.S.P.					
Por favor responda las siguientes preguntas teniendo en cuenta su experiencia personal. Marque la opción que corresponda a cada pregunta, sus respuestas serán utilizadas para mejorar la calidad del servicio prestado.					
Para responder las preguntas, Marque con una "X" su respuesta:					
Barrio _____ Estrato _____ Edad _____ Sexo: F ___ M ___					
Ítem	Concepto	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho
<b>ACUEDUCTO</b>					
1.	Presión con la que llega el Agua a su domicilio				
2.	Calidad o pureza del Agua que recibe				
3.	Aviso de las suspensiones programadas del servicio				
4.	Tiempo entre la entrega de la factura y fecha límite de pago				
5.	Precio del servicio				
<b>ALCANTARILLADO</b>					
6.	Gestión de Olores molestos originados de las alcantarillas				
7.	Estado de las rejillas del alcantarillado				
8.	Gestión de arreglos cuando se presentan daños en el servicio				
9.	Precio del servicio				
<b>ASEO</b>					
10.	Aseo en parques y calles principales del municipio				
11.	Cumplimiento de la recolección de basuras				
12.	Gestión de Olores y ruidos molestos durante la recolección				
13.	Disposición final de las basuras				
14.	Precio del servicio				
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
15.	Horarios de atención				
16.	Amabilidad y atención de los empleados				
17.	Tiempo que tarda la empresa en responder su queja o petición				
18.	Facilidad para entender la factura				
19.	Cantidad de puntos de pago				
20.	Satisfacción en las soluciones de los servicios prestados				
Gracias por responder esta encuesta, para nosotros es muy importante su opinión.					

Apéndice 2. Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.

		<b>CUESTIONARIO DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EMPOSANAL S.A E.S.P.</b>				
Encuesta dirigida a los Empleados de la empresa EMPOSANAL S.A E.S.P.						
Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa de acueducto, alcantarillado y aseo de San Alberto, Cesar, EMPOSANAL S.A E.S.P.						
Por favor responda las siguientes preguntas teniendo en cuenta su experiencia personal. Marque la opción que corresponda a cada pregunta, sus respuestas serán utilizadas para mejorar la calidad del servicio prestado.						
Para responder las preguntas, Marque con una "X" su respuesta						
Cargo: _____ Edad _____ Sexo: F ___ M ___						
Ítem	Concepto	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	
<b>AREA DE TRABAJO</b>						
1.	Organización del trabajo en el área.					
2.	Definición y conocimiento de sus funciones y responsabilidades					
3.	Distribución de funciones y cargas laborales					
4.	Desarrollo de capacidades en el puesto de trabajo.					
5.	Información oportuna sobre su desempeño laboral.					
<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>						
6.	Relaciones con los otros compañeros de trabajo					
7.	Colaboración de sus compañeros para sacar adelante una tarea o actividad					
8.	Integración y participación dentro de un equipo de trabajo					
9.	Oportunidad de expresar sus opiniones en el grupo de trabajo					
<b>CONDICIONES LABORALES</b>						
10.	Seguridad laboral del puesto de trabajo					
11.	Las condiciones laborales para desarrollar actividades diarias					
12.	Infraestructura e instalaciones del área para el desarrollo del trabajo					
13.	Dotación de útiles y equipos para el trabajo					
14.	Escala salarial					
<b>CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN</b>						
15.	Capacitación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo					
16.	Atención de necesidades personales con respecto a capacitación					
17.	Contenido suficiente de las capacitaciones					
18.	Frecuencia de la aplicación de capacitaciones					
19.	Apoyo económico para adelantar estudios técnicos o profesionales					
20.	Flexibilidad laboral para el desarrollo de actividades Académicas					
<b>MOTIVACIÓN</b>						
21.	Fomento de las actividades culturales, recreativas y deportivas que ofrece la empresa					
22.	Posibilidades y oportunidades de crecimiento laboral					
23.	En el área de trabajo el trato es con dignidad y respeto					
24.	Beneficios que contribuyen a la motivación personal					
Gracias por responder esta encuesta, para nosotros es muy importante su opinión.						