

**Atención al Cliente: Servicios que Ofrecen
las EP de GAD del Cantón Machala-2020**

**Customer attention: Services Offered by the
PEs of the GAD of the Canton Machala-2020**

Nicole Del Cisne González-Loor
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
ngonzalez2@utmachala.edu.ec

Anny Beatriz Rey-Martínez
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
arey6@utmachala.edu.ec

Norman Vinicio Mora-Sanchez
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
nmora@utmachala.edu.ec

Andres Marcelo Pacheco-Molina
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
apcheco@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2021.3.582

RESUMEN

La importancia de las empresas públicas es que sean más de tipo empresarial y se encuentren interesadas en la ciudadanía, trabajando de una manera eficaz aportando con los servicios que ofrecen a la población. Observando que a través del tiempo el cliente o la ciudadanía es una pieza fundamental del crecimiento de las empresas. Tomando en cuenta que no conocemos la satisfacción del usuario, no se han esforzado por mejorar su prestación, como lo podemos percibir en el estudio realizado en este artículo a los servicios que ofrecen las EP de GAD del cantón Machala al departamento del servicio al cliente. Aplicando los diferentes métodos de análisis cuantitativo, cualitativo, descriptivo, inductivo, estadístico, efectuando encuestas a la población y así obtener un resultado real y positivo de lo que estamos estudiando verificándolo con hechos, dando diferentes alternativas de mejora estableciendo criterios de aplicación de diferentes estrategias como test, evaluaciones, capacitaciones, foros, entrevistas, conferencias, seminarios, talleres aplicables al personal que será parte del departamento que ofrece este servicio. Percatándonos que la población fue estudiada, también da diferentes propuestas ya que son ellos los que reciben este servicio, proponiendo un buzón de sugerencias estableciendo mejoras en su atención porque siente la insuficiencia y esto con el tiempo a desarrollado diferentes disgustos por parte de los servidores, ese es el motivo de enfoque principal de este artículo para establecer una mejorar en el departamento de manera rápida y eficaz.

Palabras Claves: administración; servicio; cliente

Cómo citar este artículo:

APA:

González-Loor, N., Rey-Martínez, A., Mora-Sánchez, N., & Pacheco-Molina, A. (2021). Atención al cliente: Servicios que ofrecen las EP de GAD del cantón Machala-2020. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 287-297. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.582>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

The importance of public companies is thing that be more of a business type are find interested in the citizenship, working in one way effective by providing whith the services they offer to the population. Observing that over time the client or the citizenry is a fundamental piece of the growth of companies. Taking into account that we do not know user satisfaction, they have not made an effort to improve their service, as we can see in the study carried out in this article on the services offered by the GAD of the Machala canton to the customer service department. Applying the different methods of quantitative, qualitative, descriptive, inductive, statistical analysis, carrying out surveys to the population and thus obtaining a real and positive result of what we are studying, verifying it with facts, giving different alternatives for improvement, establishing criteria for the application of different strategies such as tests, evaluations, trainings, forums, interviews, conferences, seminars, workshops applicable to the personnel that will be part of the department that offers this service. Realizing that the population was studied, it also gives different proposals since they are the ones who receive this service, proposing a suggestion box establishing improvements in their care because they feel the insufficiency and this over time has developed different dislikes on the part of the servers, that is the main focus of this article to establish an improvement in the department quickly and effectively.

Key Words: administration; service; client

Introducción

Según Perdigón, et al (2018), a medida que pasa el tiempo, las empresas entendieron la importancia de sus clientes, ya que se convierten en los consumidores potenciales de sus productos o servicios, es por ello que en 1946 se presentó la iniciativa de mejorar la calidad de atención a los compradores, convirtiéndose en una gran evolución que brinda beneficios y recolecta nuevas fuentes de trabajo al abrir un departamento llamado “servicio al cliente”.

Toda organización tiene varios departamentos, todos importantes, pero la prioridad recae en el servicio al cliente que aporta, en gran magnitud, para el desarrollo de las mismas, es así como resalta la frase “el cliente siempre tiene la razón”, con enfoque en innovaciones y novedades de sus productos que atraen más público y reconocimiento de la sociedad (Romero & Romero, 2006). En la actualidad, varias empresas dejan este departamento como a uno de los menos importantes, por ejemplo, no implementan servicio en línea, y los que lo hacen, no capacita al personal impidiendo uno de los aspectos más importantes para el crecimiento de los negocios y evitando su desarrollo organizacional (Hernández de Velazco, Chumaceiro, Atencio Cárdenas, & et al, 2009).

La organización tiene diferentes perspectivas de acuerdo a sus experiencias, es por ello que muchas han dejado a un lado el departamento de servicio al cliente, tomando en cuenta que las personas olvidaran lo que hablaron, no recordaran lo que formaste, pero jamás dejaran aun lado la manera de como los hicimos sentir. La mayoría de las empresas no prestan la suficiente atención para que sus compradores o clientes se sientan conformes con la información brindada, según como se lo describe el operador o la persona encargada de dar la información del producto o servicio, que se les brinda de acuerdo a la situación de sus necesidades aplicada en el mercado (Vergara, Quesada, & Blanco, 2011).

La principal función del servicio al cliente es hacer sentir bien a los usuarios, sin embargo, algunos no cumplen con su función de

una manera adecuada presentando futuras consecuencias, es por ese motivo que se debe ubicar a las personas más capacitadas para el manejo de ese departamento, cumpliendo con las expectativas y exigencias de los consumidores (Hernández-Oro, Medina-León, Hernández-Pérez, & et al, 2014). Se puede observar el impacto que causaría el cambio que se genera a través de un buen reclutamiento, analizando el perfil de personalidad que la empresa necesita de acuerdo al servicio o productos que ofrecen y estableciendo diferencias entre la competencia que existe en la actualidad. Como empresa se deben tomar los diferentes perfiles académicos para ser estudiados y observar si son capaces de cumplir con las expectativas de los consumidores (Clemenza, Gotera, & Araujo, 2010).

Las Empresas Públicas dejan a un lado las quejas que los clientes presentan diariamente y con ello no se les da atención para solucionar sus problemas, eso genera una molestia hacia la ciudadanía y es justo ahí en donde se observa como la empresa pierde clientela y no permite un buen desarrollo de la organización, las personas que están a cargo en este departamento deberán utilizar sus habilidades y conocimientos para solucionar los problemas diarios, descubriendo sus capacidades no crear más desacuerdos.

Para la investigación se ha presentado como objetivo principal el determinar los niveles de satisfacción del servicio al cliente que ofrecen las EP dentro del GAD del Cantón Machala, para mejorar la atención que brindan las empresas, observando las eficiencias mediante un análisis de encuestas a la ciudadanía, para establecer el grado de mejoramiento de la atención.

Esto debido a que no existe una preocupación por el desarrollo tecnológico, ecológico, ideales y estratégicos que les ayude analizar la situación que permitirá mejorar la atención al cliente, por esa razón se centra en el problema sobre si ¿El desempeño del servicio en la atención al cliente que ofrecen las diferentes EP dentro de la Ciudad de Machala?

Desarrollo

Administración

Según Cruz Soto (2013) la economía es fundamental en el mundo, ya que logra aportar de una manera segura y eficiente, dependiendo las directrices de personas con diversos cargos y su influencia; por otro lado, Salgado & Cabal (2011) comentan que administrar no solo es llevar cuentas o dar órdenes, sino poder organizar y planificar acciones ejecutables en el presente y futuro para evitar grandes errores. Según Martín (2008) la Administración es todo aquello que involucra planificar, organizar, dirigir y controlar lo que está establecido como cargo administrativo, esto ayudará a crear diferentes estrategias para una sociedad, generando empleo y ayudando a la economía de una ciudad, un buen administrador sabrá trabajar con lo que tiene, sea intelectual o físico, distribuyendo a su personal y logrando un buen ambiente laboral.

Servicio al Cliente

Según Aguilar Santamaria (2012), servicio al cliente es parte fundamental de los ingresos que generan las empresas, debido a que una buena atención permite finalizar la compra en los consumidores, incluso dejando de lado los defectos que estos encuentren en el producto.

De acuerdo a la información que el asistente brinde, generará un impacto y una buena imagen de la organización. Según González-Arias, Frías Jiménez, & Gómez-Figueroa (2016), en la ciudad de Machala, es notable el desagrado de las personas ante la atención recibida, especialmente en las entidades públicas, su principal causa es la carencia de información. De la misma forma las entidades privadas también presentan clientes descontentos, por el poco interés para cumplir con las necesidades sin importar altos cobros adicionales, para realizar el trabajo completo.

Según Enduarte Ramirez (1999) la función principal del servicio al cliente es satisfacer las necesidades de los consumidores, el desarrollo eficaz en esta área incrementará la demanda de los productos o servicios que brinda la empresa sin

embargo la falta de importancia que actualmente las empresas muestran hacia este departamento es muy notorio por el comprador.

Niveles de Satisfacción

Según MSc. Rodríguez Sánchez et al (2016) comenta que es importante cumplir con las necesidades de los clientes, de tal manera que se presenten altos niveles de satisfacción creando preferencia hacia la entidad antes que la competencia. Mendoza et al (2020) indica que los clientes deben sentirse complacidos con la asistencia recibida para ello es necesario que los encargados se preocupen por cumplir con lo necesario. Vázquez-Cruz et al (2018) indica que cuando existe una muy buena satisfacción por parte de los consumidores, se mejora la imagen de la empresa y los consumidores realicen la publicidad de boca en boca, de tal manera que aumenta la utilidad de la empresa.

Evaluación del Servicio

Según Torres Fragoso y Luna Espinoza (2017) comentan que existen gran cantidad de estrategias fundamentales para las organizaciones, esta evaluación permitirá a las empresas elegir qué tipo de persona es apta para formar parte de la misma; Por otro lado Fontalvo, De la Hoz-Dominguez, & De la Hoz (2020) interpretan la evaluación del servicio en la empatía hacia los demás, para ello se debe tener en cuenta funciones como modalidades hacia el cliente y el trato durante el tiempo de atención al cliente; Sotelo Asef (2016) da a conocer que las evaluaciones pueden ser mediante encuestas, escala de Likert, entrevistas, entre otros, de esta manera se podrá detectar el rendimiento de cada persona, y conocer más a fondo de lo que opinan los clientes sobre el servicio.

Satisfacción del Servicio

Velandia Salazar, Ardón Centeno, & Jara Navarro (2007) comentan que poseen varias expectativas con el fin de poder lograr grandes satisfacciones que sus clientes requieren, es muy significativo de orientar que las empresas tengan un excelente rendimiento para la formación correspondiente

al personal que dispone; Ortíz Serrano & Cruz García (2008) sugiere de este modo conocer las actitudes y el potencial que poseen los colaboradores, supervisando el rendimiento para proceder a recompensar, reconocer y en el mejor de los casos ascenderlo, alcanzando una adecuada orientación al logro por parte de los participantes.

Efecto del Cliente con la Atención

Para Ugalde Vicuña y Sáenz Yáñez (2019) la atención al cliente en las organizaciones presenta consecuencias que deben ser tomadas en cuenta como la probable pérdida del cliente que son provista y potencial que puede afectar la lealtad. Pincay-Morales y Parra-Ferrié (2020) considera que en alguno de los casos existen usuarios insatisfechos con el servicio, por esta razón dan malas referencias lo que conlleva a una mala experiencia, como críticas a través de las redes sociales y en otros medios generando una mala reputación en la misma.

Consecuencias de una Mala Atención

Según Arango Cardona (2009) consideran que las organizaciones deberían tomar en cuenta ciertas recomendaciones que previene consecuencias negativas de un servicio al cliente; Gálvez Moreno & Vargas Hernández (2018) cree que esto puede ser perjudicial para la reputación de la empresa como consiguiente provocando la pérdida de un número considerable de nuestros acreedores. Por lo tanto González Pertuz & Atencio Cárdenas (2010) menciona que en las empresas deberán capacitarse de manera regular al personal que está a cargo del servicio al cliente y brindar recompensas que aseguren que el equipo logre buena atención evitando mal servicio por parte de las compañías.

Metodología

Tipo de Investigación

La metodología del proyecto permitirá establecer las direcciones precisas de los problemas de investigación según Corona Lisboa (2016) además, para el actual proyecto se realizará una investigación con enfoque cuantitativo, dado

a que se verificará que el servicio al cliente permita tener una comunicación segura y eficaz a con sus clientes. Las bibliografías cuantitativas se direccionan a investigaciones, se expondrán datos sobre la clasificación y descripción del entorno social. Plata Caviedes (2007) indica que las investigaciones cuantitativas utilizan información para medir y establecer los procesamientos, recolección y el análisis de los datos, considerando estos como resultado que pueden proporcionar una realidad más concreta a la que se va a seguir.

Los tipos de investigación que se emplean en el proyecto son bibliográficos, descriptivos y de campo. Según Arguedas-Arguedas (2009) las investigaciones bibliográficas son sistemáticas que detallan los materiales. Por otro lado Bernet-López & Pérez-Testor (2017) indica que las investigaciones descriptivas se pueden operar para diseñar las características que se determinan en un tema.

Población y Muestra

Forma parte del hecho que la muestra es un subconjunto que representa la población que está considerada para realizar un estudio de términos manejables, sin embargo, López (2004) el proyecto carece de este procedimiento ya que la población es reducida y no resultaría necesario retirar una muestra.

- Población: Conjunto de individuos radicados en la Ciudad de Machala.
- Individuo: Es cada uno de los usuarios del servicio.

Instrumento de la Investigación

En el presente proyecto se tomó en consideración el uso de las encuestas con respuestas cerradas como herramientas de investigación, por consiguiente, expresar los resultados a través de la elaboración de cuadros estadísticos.

Recolección de Información

Se aplicaron varios métodos como inductivos, deductivos y estadísticos; Rodríguez Jiménez &

Pérez Jacinto (2017) comentan que el método inductivo es el que busca una forma de razonar, una de las metodologías del razonamiento, se utiliza para transformar el conocimiento de circunstancias especiales en uno general, al ser reflejado el terreno común en los fenómenos individuales. Basados en el término de sus raíces lingüísticas, Prieto Castellanos (2017) demuestra que si se habla del método deductivo es el que pasa de los principios generales a los hechos, esta metodología está basada en fundamentos teóricos. Por otra parte, están establecido los métodos estadísticos que son los que fundamenta resultados que relevantes para la toma de decisiones.

Caso Estadístico

El estudio realizado a la población del Cantón Machala sobre el servicio al cliente que ofrecen los GAD la cual se ha extraído la mayor información posible sobre la atención al cliente, buzón de sugerencias, soluciones inmediatas, capacitación al personal, satisfacer las necesidades del cliente, entre otros. Las condiciones de poder evaluar el servicio al cliente fueron en línea con una muestra de 384 encuestadores, donde la población puede establecer la distinción entre finita y una infinita; desde este punto de vista se ha tomado la población infinita por lo que es muy importante el tamaño de la muestra (n) y de la población (N), en este caso es muy considerada a la relación de la población obtenida de un error muestral entre un 5% o 10 %, de igualmente la población infinita es aquella que tiene 100 o más personas y es apta para poder establecer un muestreo, en esta encuesta se ha tomado en cuenta a las personas particulares o residentes dentro del cantón Machala estos pueden ser, consumidores, estudiantes universitarios, trabajadores de las distintas parroquias que posee Machala.

Dentro de un error muestral las limitaciones pueden cambiar de decisiones y de esa manera fijar el número de la muestra, para saber cuántas encuestas se deben realizar y considerar así dos investigaciones como:

A) Antes de obtener la muestra y la recolección de información, se determina

que niveles de error estamos dispuesto de asumir el tamaño de la muestra.

B) Después de obtener la muestra, para la determinación del error que se puede estimar la hipótesis para poder plantearlo.

También hemos considerado las estimaciones por intervalos, donde se puede determinar el nivel de confianza de un 95% que equivale a los valores típicos de -1,96 o 1,96, y estos son llamados también como límites de confianza, con todos estos datos encontraremos el valor de los parámetros que son poblacionales que se dispone con una probabilidad totalmente dada y el margen de error, con una exactitud total para nuestra estimación (ver tabla 1).

Tabla 1

z^2 :	Es el número de las variables que puede indicar el nivel de confianza, elevado al cuadrado
σ^2 :	Es la varianza de la variable cuantitativa que se la media, elevado al cuadrado.
e^2 :	El error muestral, elevado al cuadrado
N:	Es el tamaño de la población.
q:	Es la proporción o porcentaje de individuo que tienen la característica
q:	Es el porcentaje de individuo que no tienen la característica

Para llegar al punto del tamaño de la muestra, lo primero es conocer los datos de la población del Cantón Machala que, en el 2010, según las INEN hay 245,972 personas y hasta el 2019 disponen de 261,422, por una parte, se desconoce los datos poblacionales por lo que se tendrá la obligación de buscarlo mediante el censo, y segundo se lo realiza a través de las averiguaciones anteriores mediante las pruebas pilotos.

Tabla 2

Caso 1

AÑO 2019	→ 261.422	
CENSO AÑO 2010	→ 245.972	
	15.450	→ Incremento de los 9 años.
	/ 9	
	1.716,67	→ Incremento por año.
	* 10	→ Por los 10 años hasta el 2020.
	17.166,67	
	+ 245.972	→ Censo del 2010.
	263.138,67	→ Incremento desde el 2010 hasta el 2020

Muestreo

Formula de Población Infinita

Se ha tomado el tamaño de la muestra según Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres Santamaría (2018), es una forma de interpretar la muestra conocida por lo que ayuda al análisis de la muestra infinita que debe tomarla

$$\frac{\text{Tamaño de la población desconocido}}{\text{Tamaño muestral}} = z^2 pq / e^2$$

Tabla 3

Caso 2

CASO 2	
POBLACIÓN INFINITA	
$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$	
$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2}$	
$n = 384,16$	→ Encuestas

Tabla 4

Caso 3

CASO 3
ERROR MUESTRAL
$e = z * \sqrt{\frac{P * Q}{n}}$
$e = (1,96) ^ 2 * \sqrt{\frac{0,50 * 0,50}{384,16}}$
$e = 0,05$

Resultados

Análisis

Figura 1



Observando los resultados obtenidos en esta gráfica, indican que la atención por parte del colaborador del servicio al cliente para resolver las dudas de los usuarios es Rápida dando un resultado de 53.9% de los 384 encuestados. Con esto se puede dar cuenta que las demás alternativas están divididas con Insuficiente con un 9,9%, lenta con 36.

Este resultado también muestra que entre Rápido y lento su diferencia es de 17,7% un porcentaje mínimo que lleva a la conclusión que a pesar de tener resultados positivos su colaboración no es inmediata lo que genera un malestar de parte de la sociedad.

Figura 2

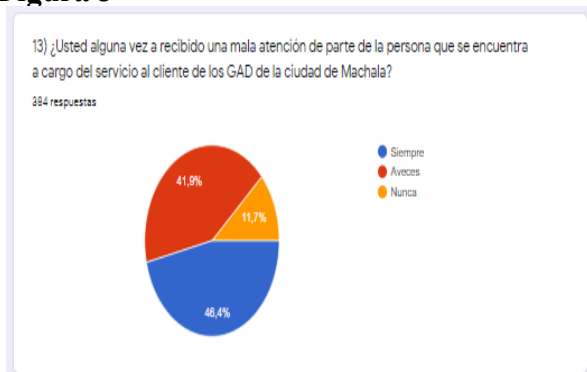


Análisis

Observando los resultados obtenidos en esta gráfica indican que la necesidad de que exista un Buzón de sugerencias en los GAD dando un resultado el Si de 74,7% de los 384 encuestados. Con esto se conoce que el No llega a un 25,3%.

Este resultado también muestra que entre Si y No la diferencia es de 49,4%, dando la conclusión que debe realizarse un Buzón de manera inmediata.

Figura 3



Análisis

Al observar los resultados en esta gráfica, la población ha recibido mala atención de parte del encargado del servicio al cliente de los GAD dando un resultado de 46,4% de los 384 encuestados. Con esto nos podemos dar cuenta que las demás alternativas están divididas entre A veces con un 41,9% y Nunca con 11,7%.

Este resultado también muestra que entre Siempre y A veces su diferencia es de 4,5% un porcentaje mínimo y eso nos lleva a la conclusión que a pesar de tener un resultado desfavorable las personas comprenden que son humanos los que atienden, pero eso no justifica que el personal debe dividir su parte profesional con la sentimental.

Discusión

La investigación determina la insuficiencia de la atención al cliente en los GAD del Cantón Machala, siguiendo diferentes recomendaciones de las encuestas realizadas se ve varias alternativas de mejora para agradar al consumidor. El buzón de sugerencias es una de las alternativas más prácticas para los GAD, ya que a través de estas sugerencias podrán adquirir nuevos progresos.

Otra de las informaciones que están omitiendo los GAD es de hacer conocer a sus consumidores todos los instrumento que utilizan para realizar sus inconveniente o dudas sobre el trámite que vallan a realizar, esto dependerá de los servidores dar a conocer al cliente que están utilizando todas las estrategias posibles para solucionar sus problemas y que no queden en duda su buen juicio.

Una de las causas más impactantes a través de los encuestados que en la pregunta que determina sobre una mala atención de parte de los servidores de los GAD tienen el porcentaje más alto y esto es algo muy alarmante, por este motivo deberían realizar diferentes capacitaciones para mejorar el comportamiento con el cliente y sobre todo hacerle entender a los diferentes trabajadores que sus estados de ánimo no influyan en su trato con el cliente.

Conclusión

En la investigación realizada se ha determinado la necesidad de establecer las estrategias de una mejora en la atención al cliente, la cual se puede nominar la estrategia de establecer el grado y el mejoramiento de la atención a la ciudadanía de los GAD Cantón Machala sobre las EP según Pérez Rave (2010), para esto se necesita evaluar, analizar, verificar al empleado de manera simultánea y establecer diferentes estímulos. Se da a conocer diferentes herramientas para mejorar la atención para los diferentes usuarios, según Forrellat Barrios (2014) se pueden utilizar las siguientes estimaciones como: Test psicométrico, Test de evaluación de conocimiento, Tes de personalidad, lo puede utilizar el gerente a sus empleados y el cliente puede calificar a su

servidor con el Test Tom Hopkins que habla de las diferentes puntuaciones para saber si el servicio es agradable.

Con esta investigación se puede determinar los niveles de satisfacción realizando según Romero & Romero (2006) capacitaciones, atenciones, estímulos, entre otros, obteniendo argumentos de mejora, no todas las personas nacen con el valor de servir, eventualmente lo aprenden a lo largo del camino profesional, ético y moral, por eso es muy importantes que su bienestar social y psicológico sean evaluados para ver si pueden cumplir con este cargo. Estos métodos mencionados permitirán revisar los perfiles profesionales con mucha determinación y detalle para ver si la persona cumple con las expectativas del puesto teniendo en cuenta la misión y visión de la empresa, conociendo así sus diferentes capacidades que generarán un cambio positivo de crecimiento en la organización.

Referencias Bibliográficas

- Prieto Castellanos, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Scielo*, 18(46). doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Aguilar Santamaria, P. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Scielo*(32). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100007
- Arango Cardona, L. (2009). Importancia de los costos de la calidad y no calidad en las empresas de salud como herramienta de gestión para la competitividad. *Scielo*(67). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602009000300006
- Arguedas-Arguedas, O. (2009). La búsqueda bibliográfica. *Scielo*, 51(3). Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-60022009000300006
- Barnet-López, S., & Pérez-Testor. (2017). Investigación Descriptiva. *Scielo*, 15(2), 1-21. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/pem/v15n2/1409-0724-pem-15-02-e2733.pdf>
- Cabezas Mejía, E., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). Introducción a la Metodología de la Investigación Científica. *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*, 1-138. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Scielo*, 15(49). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007
- Corona Lisboa, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Scielo*, 14(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000100016#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20existen%20tres,llamado%20m%C3%A9todo%20mixto%20de%20investigaci%C3%B3n
- Cruz Soto, L. (2013). El concepto de poder en la administración. *Scielo*, 58(4). doi:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000400003
- Enduarte Ramirez, A. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *Scielo*, 7(1). Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12591999000100006#:~:text=E1%20principio%20de%20un%20buen,quien%20se%20debe%20la%20organizaci%C3%B3n.&text=Un%20producto%20de%20calidad%20es,calidad%20es%20c%C3%B3mo%20lo%20recibe
- Fontalvo, T., De la Hoz-Dominguez, E., & De la Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad

de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Scielo*, 31(4). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000400027&script=sci_arttext

Forrellat Barrios, M. (2014). Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. *Scielo*, 30(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892014000200011

Gálvez Moreno, E. J., & Vargas Hernández, J. G. (2018). EL IMPACTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS EMPRESAS MEXICANAS EN FUNCIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE. *Scielo*, 9(2). doi:<http://dx.doi.org/10.5377/eya.v9i2.6657>

González Pertuz, B., & Atencio Cárdenas, E. (2010). Incidencia del factor humano y la calidad de servicio en organizaciones privadas del estado Zulia. *Scielo*, 16(3). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300008

González-Arias, M., Frías Jiménez, R., & Gómez-Figueroa, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Scielo*, 37(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300004

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C., Atencio Cárdenas, E., & et al, .. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Scielo*, 14(47). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000300009

Hernández-Oro, R. M., Medina-León, A. A., Hernández-Pérez, G., & et al, .. (2014). Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano. *Scielo*, 35(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000100004

López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Scielo*, 9(8). Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/scielo>

[php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012#:~:text=Es%20un%20subconjunto%20o%20parte,parte%20representativa%20de%20la%20poblaci%C3%B3n](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012#:~:text=Es%20un%20subconjunto%20o%20parte,parte%20representativa%20de%20la%20poblaci%C3%B3n).

Martín , P. (2008). Estudio comparativo de la satisfacción laboral en el personal de administración. *Scielo*, 24(1), 25-40. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/rpto/v24n1/v24n1a02.pdf>

Mendoza, N. B., & PLACENCIA, M. (2020). Nivel de satisfacción en pacientes del servicio de oftalmología de un hospital de nivel II en los años 2014 y 2018, y su relación con calidad global. *scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1728-59172020000100019&script=sci_abstract

MSc.Rodríguez Sánchez, Y., MSc. Lázaro de León Rosales, Dra.C.Gómez Figueroa, O., Dra.C.Diéguez Matellán, E., & Dra.C Sablón Cossio, N. (2016). Nivel de servicio y su efecto en la satisfacción de los pacientes en la Atención Primaria de Salud. *scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242016000200008

Ortiz Serrano, P., & Cruz García, L. (2008). Estudio sobre clima y satisfacción laboral en una empresa comercializadora. *Scielo*(12). Obtenido de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2008000200017

Perdigón Llanes, R., Viltres Sala, H., Madrigal, I. R., & et al, .. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Scielo*, 12(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000300014&script=sci_arttext&tlng=pt

Pérez Rave, J. (2010). OPORTUNIDADES DE MEJORAMIENTO DE UNA LÍNEA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE TELEFONÍA MÓVIL DESDE LA PERSPECTIVA DEL ASESOR. *Scielo*, 18(1), 84-94. Obtenido de <https://scielo>

conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext
&pid=S0718-33052010000100010

Pincay-Morales, Y. M., & Parra-Ferié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Scielo*, 6(3). Obtenido de file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Dialnet-GestionDeLaCalidadEnElServicioAlClienteDeLasPYMES-7539747%20(2).pdf

PlataCaviedes, J. (2007). Investigación cualitativa y cuantitativa: una revisión del qué y el cómo para acumular conocimiento sobre lo social I. *Scielo*(64), 215-226. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n64/n64a10.pdf>

Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Scielo*(82), 179-200. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Romero, G., & Romero, J. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Scielo*, 12(3). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000300011

Salgado, J., & Cabal, A. (2011). Evaluación del Desempeño en la Administración Pública del Principado de Asturias: Análisis de las Propiedades Psicométricas. *Scielo*, 27(2). Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1576-59622011000200001

Sotelo Asef, J. G. (2016). Instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001:2008. *Scielo*, 7. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200607

Torres Fragoso, J., & Luna Espinoza, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Scielo*, 62, 1270-1293. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Ugalde Vicuña, J. W., & Sáenz Yáñez, M. (2019). Riesgo psicosocial en los

operadores en un Call Center. *Scielo*, 11(4). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400193

Vázquez-Cruz, E., Sotomayor-Tapia, J., González-López, A., Montiel-Jarquín, Á., Gutierrez-Gabriel, I., Romero-Figueroa, M., . . . Campos-Navarro, L. (2018). Satisfacción del paciente en el primer nivel de atención médica. *scielo*. doi:<https://doi.org/10.15446/rsap.V20n2.61652>

Velandia Salazar, F., Ardón Centeno, N., & Jara Navarro, M. (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Scielo*, 6(13). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-70272007000200008