

RESUMEN EJECUTIVO

En este estudio se muestra la evaluación del servicio que brinda una Empresa de Servicios Públicos de carácter monopólico, que por definición en cuanto al producto no posee competencia local.

Al hablar de evaluación de servicio nos referimos a la calidad percibida por sus clientes en contraste a las expectativas que ellos le asignan.

De acuerdo a lo expuesto, el objetivo de este estudio fue conocer la opinión de los consumidores/clientes; es decir ver como éstos perciben la calidad del servicio ofrecido por las empresas de servicios públicos, en este caso particular la Empresa de Servicios Sanitarios de la Región del Maule (ESSAM S.A.), sobre los clientes residenciales urbanos de la ciudad de Talca.

Un imperativo en la investigación de calidad de servicio es medir tanto las expectativas, como la obtención de éste, ya que los deseos de servicio del cliente dan forma a lo que realmente se quiere obtener.

Una herramienta para medir el nivel de calidad de servicio es SERVQUAL, un instrumento de múltiples elementos desarrollado y legalizado por académicos norteamericanos: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Mediante este instrumento se mide la calidad del servicio a través del análisis de 5 dimensiones: tangibilidad, seguridad, confianza, responsabilidad y empatía.

Basados en la noción de calidad observada, SERVQUAL es un criterio cuantitativo que mide lo que el cliente observa en relación al funcionamiento del servicio, v/s el telón de sus expectativas sobre éste mismo. En la primera parte del estudio se utilizó la metodología SERVQUAL original donde se encuentran las siguientes dimensiones **Tangibilidad, Fiabilidad, Responsabilidad, Convicción y Empatía**. En una segunda etapa se le aplicó a las variables originales del SERVQUAL un análisis multivariado para determinar si existían cambios en los factores y variables del método original. Las dimensiones obtenidas en esta parte del estudio de acuerdo al ideal son **Atención al cliente, Empleados eficientes,**

Calidad profesional, Responsabilidad de la empresa y de acuerdo a la presencia son **Atención al cliente, Trato preferencial, Infraestructura, Empleados eficientes.**

Para el tratamiento de los datos se utilizó un procedimiento ya estandarizado, que contempla una separación de las respuestas referidas a un servicio ideal, las cuales son un reflejo del grado de importancia que los atributos consultados tienen para cada individuo.

Por otra parte, las respuestas referidas a un servicio en particular indican el grado de presencia que los mismos atributos tienen en dicho servicio.

Para el análisis de la información se utilizaron tablas de respuestas sacadas del software SPSS.

A través del análisis factorial se pudo determinar la existencia de 4 factores para la primera parte del estudio (Servicio Ideal) y también 4 factores para la segunda parte del estudio (Servicio de ESSAM S.A.); cada factor se compone de diferentes atributos importantes para los clientes de este servicio.

Estos factores son los siguientes:

Primera Parte: Servicio Ideal

Factor 1: Atención al cliente.

Factor 2: Empleados eficientes.

Factor 3: Calidad profesional.

Factor 4: Responsabilidad de la empresa.

Segunda Parte: Servicio de ESSAM S.A

Factor 1: Atención al cliente.

Factor 2: Trato preferencial.

Factor 4: Infraestructura.

Factor 5: Empleados eficientes.

Luego se procedió a analizar estos factores con sus respectivos atributos en un mapa de dos dimensiones, el cual permitió diferenciar aquellos factores que son bien evaluados, relativamente mal evaluados y mal evaluados, en base a este mapa, se obtuvieron los siguientes resultados:

Para la primera parte del estudio “Servicio Ideal” donde los factores que lo conforman logran tener una representatividad del modelo de un 48,3 % estos factores son los siguientes:

El Factor 1 “Atención al cliente” y el factor 2 “Empleados eficientes” están bien evaluados, ya que son importantes para los clientes y están bien presentes en el servicio entregado por

ESSAM S.A. el factor 3 “Calidad profesional” ni bien ni mal evaluado, ya que tiene una importancia baja para los clientes y tiene una presencia también baja en el servicio entregado por la empresa. Por último el factor 4 “Responsabilidad de la empresa” esta mal evaluada, ya que es muy importante para los clientes y esta poco presente en el servicio entregado por ESSAM S.A.

En base a los resultados obtenidos en la segunda parte del estudio “Servicio entregado por ESSAM S.A.” donde los factores que lo conforman logran tener una representatividad del modelo de un 55 % estos factores son los siguientes:

Los factores 1 “Atención al cliente” y 4 “Infraestructura” están bien evaluados ya que tienen una alta presencia en el servicio entregado por ESSAM S.A. y a su vez son muy importantes para los clientes.

El factor 2 “Trato preferencial” no esta ni bien ni mal evaluado, ya que no esta muy presente en el servicio entregado por la empresa, pero a su vez no es un factor muy importante para los clientes de un servicio de este tipo.

Finalmente el factor 5 “Empleados eficientes” se encuentra mal evaluado, ya que tiene poca presencia en el servicio entregado por ESSAM S.A., y es muy importante para los clientes de este tipo de servicio.

La muestra se tomó a partir de los consumidores residenciales urbanos de la ciudad de Talca bajo una segmentación por grupo socioeconómico en una muestra aporportional.