



Universidad
Nacional
de Loja

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
Facultad Jurídica Social y Administrativa

TÍTULO:

**“Satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública
Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, primer trimestre del 2019”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

AUTOR: Luis David León Pullaguari

DIRECTORA: Ing. Elizabeth Jiménez Salinas, MPP.

LOJA-ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN

Ing.

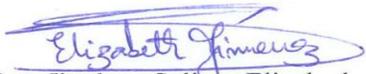
Elizabeth Jiménez Salinas

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada “SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS POSTALES DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA, PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”, presentada por el Sr. Luis David León Pullaguari egresado de la carrera de Administración Pública, fue dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, misma que cumple con todos los requisitos establecidos por el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Agosto del 2019


Ing. Jiménez Salinas Elizabeth, MPP.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo **Luis David León Pullaguari**, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Luis David León Pullaguari

Firma:.....

Cédula: 1104951056

Fecha: Loja, septiembre de 2019

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Luis David León Pullaguari declaro ser autor de la tesis titulada “SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS POSTALES DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA, PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”, como requisito para optar al grado de **Ingeniero en Administración Pública** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de septiembre de 2019 firma el autor:

Firma:.....

Autor: Luis David León Pullaguari

Cédula: 1104951056

Dirección: Loja, Ciudad Victoria, Calles Mercedes Sosa y Dolores Cacuango

Correo electrónico: ldleonp@unl.edu.ec

Celular: 0959182010

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de Tesis: Ing. Elizabeth Jiménez Salinas, MPP.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Mario Belin Dávila P. Mg. Sc. C y N.I.	(Presidenta)
Ing. Tania Elizabeth Patiño C. Mg. Sc.	(Vocal)
Econ. Elvis Andrés Ontaneda , Mg. Sc.	(Vocal)

DEDICATORIA

A mí amada madre por sus sabios consejos, comprensión, amor, y apoyo incondicional que fueron indispensables para cumplir mi meta; enseñarme sus valores, principios para ser mejor persona y afrontar los retos con carácter, constancia y coraje.

También dedico esto a mis amigos y hermanos de la vida universitaria quienes siempre estuvieron para apoyarme y darme palabras de aliento en momentos difíciles, con quienes hemos cumplido un sueño gracias al sacrificio y amistad que nos ha caracterizado desde el inicio.

Con cariño:

Luis León

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud sincera con la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, especialmente a la Carrera de Administración Pública por permitirme culminar mis estudios y desarrollar mis capacidades profesionales.

El respeto y gratitud a los docentes que participaron en el proceso de mi formación académica y de manera especial expreso mi profundo agradecimiento a la Ing. Elizabeth Jiménez directora de mi investigación, por su acertada dirección y tutoría durante el proceso de desarrollo del presente trabajo, también un agradecimiento especial a la Empresa Publica Correos del Ecuador y a su Jefe Provincial en Loja que siempre tuvieron la apertura para llevar a cabo esta investigación.

Luis León

1. TÍTULO

**“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS POSTALES DE LA
EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA,
PRIMER TRIMETRE DEL 2019”**

2. RESUMEN

La presente investigación denominada “Satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, primer trimestre del 2019”, permitió determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios externos de la entidad en la Sucursal ubicada en la ciudad de Loja, establecida en los instrumentos jurídicos como la Constitución de la República, Plan Nacional de Desarrollo y otra normativa que garantiza la calidad de los servicios públicos, esto apoyado en un marco teórico con los conceptos relacionados directamente a la temática planteada y un marco referencial que permitió conocer la entidad.

Para establecer la población objetivo de esta investigación se determinó un promedio mensual de usuarios que se acercan a las oficinas de atención al cliente para hacer algún trámite o consulta, quienes fueron encuestados usando el modelo SERVQUAL y escala de Likert que midió las dimensiones y sus respectivas variables relacionadas a la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios contrastando sus expectativas y percepciones, antes y después de recibir el servicio, respectivamente.

Una vez tabulados los resultados, se obtuvo una brecha global de -0.55 entre las percepciones y expectativas de los usuarios encuestados, lo que determinó un servicio que no logra satisfacer las necesidades de los usuarios, siendo el punto fuerte de la entidad la dimensión de empatía que presentó los resultados más favorables.

ABSTRACT

This research called “Satisfaction of postal service users of the Public Company Correos del Ecuador in the city of Loja, first quarter of 2019”, will determine the level of satisfaction that the entity's external users have in the Branch located in the city of Loja, established in legal instruments such as the Constitution of the Republic, the National Development Plan and other regulations that guarantee the quality of public services, supported by a theoretical framework with concepts directly related to the subject matter and a framework referential that knows the entity.

The present investigation to establish the target population determined a monthly average of users who approach the customer service offices to do some procedure or consultation, this information is obtained thanks to the daily records provided by the entity obtaining a sample of 298 users which were surveyed using the SERVQUAL model and Likert scale that measured the dimensions and their respective related to the quality of service and user satisfaction, contrasting their expectations and perceptions before and after receiving the service.

Once the results were tabulated, the main results were obtained highlighting a global gap of -0.55 between the perceptions and expectations of the surveyed users, which determined a service that does not meet the needs of the users, the entity's strength being the dimension of empathy that presented the most favorable results.

3. INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años, la satisfacción de los usuarios externos de una organización ha tenido evoluciones y cada vez ha ido tomando fuerza como un mecanismo para medir la calidad de servicio que está brindando una entidad pública o privada. La satisfacción tiene una definición propia cuando de usuarios y servicios se trata, pues como lo determina Zagal (2009) “es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

El presente trabajo se justifica bajo los conceptos de la modernización del Estado a la que el Ecuador no ha sido ajeno y desde hace años es uno de los fines de la administración pública lo que implica que tanto bienes y servicios sean de calidad como lo promulga la Constitución de la República en sus artículos 52 y 53, además de estar contemplado como parte del “Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida” como un elemento básico de la satisfacción de los usuarios frente a los servicios públicos; y en lo que respecta al sector postal existe una legislación propia en lo que a calidad de servicios postales se refiere como el “Reglamento de Quejas, Reclamos e Indemnizaciones para Servicios Postales en Régimen de Libre Competencia”.

Por lo tanto ante la creciente demanda de servicios de transporte de mercancías impulsados por el creciente comercio electrónico en todo el mundo, es necesario que las entidades que manejan el sector postal en el país tanto como reguladores o como transportadores manejen un estándar adecuado de calidad en la entrega de sus servicios teniendo como objetivo la satisfacción de sus usuarios lo que fortalecerá su imagen

corporativa y abriendo su nicho de mercado a uno potencialmente más grande y competitivo.

Bajo estos precedentes surgió la necesidad de investigar y medir la satisfacción de los usuarios de los servicios públicos en el país; siendo el caso específico en Loja con la presente investigación denominada “Satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, primer trimestre del 2019”, cuyo objetivo fue determinar si esta sucursal de la entidad brinda un servicio de calidad que responda a las necesidades de los usuarios que acuden a realizar sus trámites en la entidad antes mencionada.

Por consiguiente, se considera viable la investigación ya que la entidad accedió a la ejecución del estudio en sus instalaciones, el acceso a la información relevante que contribuyó a la formulación de las encuestas, aplicación de la entrevista, colaboración de los funcionarios y sobre todo la apertura de los usuarios para responder los planteamientos de la investigación.

La importancia de la investigación radica primeramente en la necesidad de mejorar la calidad del servicio que brinda la entidad; también como un referente para futuras investigaciones de los servicios públicos y sobre todo como antecedente para que la entidad pueda tomar correctivos en los aspectos que se detallarán a lo largo de todo el trabajo de campo y así se pueda mejorar la satisfacción de los usuarios y por ende la calidad de servicio que se brinda en sus instalaciones.

En consecuencia la presente investigación tiene el propósito de medir el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja, siendo

la calidad de servicio uno de los aspectos que presenta más falencias en el sector público a nivel nacional actualmente, por consiguiente es uno de los aspectos más descuidados y que no se le ha dado la importancia que merece ya que un cliente satisfecho impactara en un pequeño círculo de potenciales clientes y aporta a generar la imagen de un Estado moderno por ende también una imagen adecuada de la autoridad a cargo.

Para determinar los niveles de satisfacción se consideró adecuado el uso del modelo SERVQUAL como el principal instrumento de medición de las expectativas antes de recibir el servicio y las percepciones una vez que lo recibieron, de esta manera fueron 298 usuarios encuestados usando el estándar de encuesta que determina este instrumento que se basa en cinco dimensiones y dieciséis variables con opciones de respuesta, basadas en una escala de Likert adaptadas para la presente investigación, además de esto se usó el método científico como el proceso lógico para establecer la relación entre los hechos estudiados e integrados con el método analítico-sintético para mejorar la comprensión de los resultados obtenidos en la encuesta y contrastar gracias al método deductivo los resultados obtenidos en la entrevista, de esta manera mejorando la construcción de un esquema general de todo lo que respecta a la satisfacción y calidad de servicio que posee la entidad.

Con base en los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas a los usuarios y la entrevista a la máxima autoridad de la entidad se logró determinar el nivel de satisfacción de los usuarios que acudieron a obtener un servicio, determinándose de manera general que las percepciones no lograron superar a las expectativas en ninguna de las dimensiones planteadas, siendo la dimensión de empatía la que mostró el resultado más favorable en

lo que a trato personalizado y cordial de los funcionarios públicos se refiere; con estos análisis y resultados se logró determinar el cumplimiento del objetivo general planteado para la presente investigación, obteniendo el nivel de satisfacción en valores cuantitativos y medibles.

Finalmente la investigación planteada es una base para poder generar procesos de evaluación en cualquier entidad ya sea pública o privada, puesto que su aplicación práctica se basa en la medición de variables que casi todas las entidades presentan en el desarrollo de sus actividades, en el caso la investigación ejecutada se obtuvieron resultados comparables con investigaciones similares en otras organizaciones, en consecuencia es recomendable el uso de escalas para medir aspectos que varían de persona a persona.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Normativa Legal

Todas las entidades del sector público en el Ecuador están reguladas por leyes, reglamentos y estatutos que rigen su actuación, en el caso de “Correos del Ecuador” hay artículos que exigen el cumplimiento de un adecuado servicio y trato al usuario como se detallará a continuación.

4.1.1 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Este es el principal instrumento de planificación con el que cuenta el Estado para cumplir con los objetivos de desarrollo en un plazo determinado de años en base a los logros conseguidos en los últimos años de gobierno, además permite medir y monitorear ciertos aspectos que se consideran importantes, en el caso de los usuarios y calidad de servicio hay objetivos que se relación directamente como se detalla a continuación.

El Objetivo 5 del Plan Nacional se enfoca en el impulso de la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria; precisamente esto se contempla en la política 5.10, que determina que las empresas públicas han tenido y tienen un rol muy importante para el desarrollo del país, debido a que son agentes que promueven su desarrollo económico y social a través de su intervención estratégica en mercados, la provisión de bienes y servicios de calidad, y la gestión eficiente de los recursos de los sectores estratégicos. Consejo Nacional de Planificación (2017)

“Correos del Ecuador” es una de estas empresas públicas con roles estratégicos para los sectores económicos del país que contribuyan al desarrollo otorgando servicios de calidad con carácter corporativo, al mencionar que será de carácter corporativo es sinónimo de una entidad que pueda competir en los mercados con servicios eficientes y eficaces pero sobre todo con calidad y calidez para garantizar usuarios satisfechos que contribuyan a la dinamización de la economía del sector postal, esta es una de las razones más importantes para tomar esta entidad como parte de la investigación ya que las entidades públicas deben romper el paradigma de un sector publico deficiente, sino todo lo contrario, ser un referente para empresas privadas que también compiten en los mercados y sobre todo que aporten a la economía del país con un enfoque de desarrollo social y participes activos de las agendas más importantes del Estado.

4.1.2 Constitución de la República del Ecuador.

La Constitución del Ecuador nombra en algunos de sus artículos la necesidad de brindar servicios públicos de calidad que garanticen los derechos ciudadanos, como lo determina el Art. 52.- “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características (...)”, en el caso de “Correos del Ecuador” sus usuarios han mostrado algunas quejas por la falta de información y poca claridad; por consiguiente el Art. 53 determina que “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación (...)”, la entidad estudiada no ha desarrollado ampliamente los mecanismos para poder

medir la satisfacción de los usuarios ya que sus indicadores no amplían todo el espectro que conlleva la calidad de servicio; algo similar dicta el Art. 54, garantizando “Que las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad, con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore (...)”, hay que tomar en cuenta en este aspecto que “Correos del Ecuador” es sujeto de denuncias por la mala prestación de un servicio; según el Art. 85. Numeral 1 del Capítulo Segundo de la Constitución expresa que “Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad”, en consecuencia se determina la responsabilidad que tiene la entidad que ejerce la rectoría en el sector postal en el Ecuador, en este caso la facultad le corresponde al Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información quienes expiden las políticas públicas para este sector; además el Art. 227 manifiesta “La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”, el servicio postal es un servicio de carácter público en el Ecuador, que tiene como único operador postal autorizado a “Correos del Ecuador” quién debería aplicar dentro de sus lineamientos algunos de los principios mencionados en este artículo destacando como los más relevantes la eficacia, eficiencia, planificación y evaluación, para mejorar su gestión; por tanto la Constitución determina en el Art.315 que “El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos (...)

funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales”, este es uno de los artículos más importantes para la presente investigación ya que determina cual es el rol de las empresas públicas en el país y al ser una de ellas “Correos del Ecuador” permitió comprender la actividad económica que desarrolla la entidad actualmente, además del carácter empresarial, permitiéndole ser un generador de recursos económicos para su propio funcionamiento.

4.1.3 Política para el Desarrollo y Fomento del Sector Postal Ecuatoriano 2016-2020.

El crecimiento del mercado postal y comercio en línea se ha visto en un punto donde es necesaria la regulación estatal como lo determina la Unión Postal Internacional, en el Ecuador ya existe esta política y toma en cuenta la calidad de servicio postal en sus políticas 2 y 5, establecen el fomento y diversificación del mercado de servicios postales que responda a la demanda en condiciones óptimas de competitividad, eficiencia, calidad y equidad en articulación con los sectores relacionados con el desarrollo económico y social (...); además la función de posicionar al sector postal como el aliado estratégico logístico del comercio electrónico, a fin de potenciarlo y diversificar la oferta de servicios postales, mediante el uso efectivo de las TIC en el ejercicio postal".

4.1.4 Ley Orgánica de Empresas Públicas.

En cuanto a esta ley, el Art 2 numeral 5 determina que el actuar de todas las empresas públicas se basará en cumplimiento de los parámetros de calidad definidos por el Directorio y las regulaciones aplicables, con sujeción a criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

4.1.5 Ley General de los Servicios Postales.

La ley en su Art. 1, establece como objeto el regular y controlar la administración y gestión de los servicios postales para garantizar el derecho de los usuarios a la prestación eficiente, oportuna y segura de estos servicios, de la misma manera el numeral 1 del artículo 16 de esta ley da una visión clara del servicio respecto al usuario como: " (...) un servicio público, que consiste en la obligación de brindar un conjunto definido de servicios postales prestados en forma permanente, de calidad y a tarifas asequibles con cobertura en todo el territorio nacional, que permita a los usuarios remitir y recibir envíos postales desde y hacia cualquier parte del mundo. Este conjunto de servicios, será definido por la Agencia de Regulación y Control Postal y constará en el Plan de Implementación del SPU (es un servicio postal, considerado servicio público, que consiste en la obligación de brindar un conjunto definido de servicios postales prestados en forma permanente); además los artículos 47 y 48 del Reglamento General a la Ley General de los Servicios Postales establece las responsabilidades y el régimen de indemnización de los operadores postales en la prestación de los servicios postales, del mismo modo el artículo 49 establece el procedimiento de reclamación por mala prestación de servicios.

4.1.6 Reglamento de Quejas, Reclamos e Indemnizaciones para Servicios Postales en Régimen de Libre Competencia.

En el país se ha creado una regulación específica para los problemas que puedan surgir al momento de prestar un servicio postal, en los artículos 5 y 6 se establece que para reclamos y quejas, los operadores postales garantizarán la atención y solución oportuna a las quejas presentadas por los usuarios de los servicios postales, para lo cual, dispondrán de mecanismos físicos o electrónicos para recepción de quejas, de la misma forma el Art. 10 establece algunas causales para la presentación de quejas cuando el operador postal incumpla con:

- a) Los horarios de atención al usuario;
- b) El mantenimiento y orden de las instalaciones en las que se presta el servicio postal; y,
- c) La atención al usuario.

Este artículo del reglamento contempla algunas de las variables de la encuesta que se plantearon para la investigación como los horarios y lo que respecta de las instalaciones.

Así mismo el Art. 11 establece las causales para la presentación de reclamos en casos donde:

- a) No informar al usuario sobre la cobertura, seguros, itinerario y tiempos de entrega al momento de la contratación;
- b) Pérdida, avería o expoliación de un envío postal;

- c) Retraso en la entrega de un envío postal; y,
- d) Incumplimiento de los tarifarios establecidos por el operador postal.

De la misma forma en este artículo del reglamento se establecen causales para presentar reclamos, justamente una de estas causales se relaciona a una de las dimensiones que comprendió la investigación siendo el retraso en la entrega de los envíos postales, que tiene que ver con la fiabilidad de la entidad es decir la capacidad para cumplir adecuadamente con sus actividades.

4.2 Marco Conceptual

4.2.1 Servicio.

Un servicio se puede definir como toda actividad que tiene por fin satisfacer la necesidad de una o un grupo de personas a cambio de un reconocimiento económico o de otro tipo, además cabe recalcar que éstos no son tangibles físicamente y que en sí no dan como fin la propiedad de algo. Según Charles (2002), “un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente” (p.344). Servicio es “la acción y efecto de servir por una organización destinada a cuidar los intereses y satisfacer necesidades públicas y privadas”. Lexis (2008)

4.2.1.1 Servicio público.

Los servicios tienen diferentes definiciones, pero existe un tipo de servicio de carácter público del que se hablará a continuación, éste lo brinda un ente estatal con el fin de

satisfacer una necesidad de la sociedad, estos servicios por lo general no buscan réditos económicos (a menos de las empresas públicas) si no el beneficio común, por ende:

La expresión “servicio público”, corresponde a una categoría jurídica, que hace referencia a un conjunto de actividades de carácter general que una persona estatal (...) realiza con el fin de suministrar a otras personas prestaciones, que le facilitan el ejercicio de su derecho a tener una vida digna, por lo tanto incluye actividades de muy variado orden como son: la salud, la educación, el suministro de agua, la energía, el transporte y las telecomunicaciones entre otras. Ríos (2014)

4.2.1.2 Servicios de paquetería en el Ecuador.

El Ecuador tiene una clara diferenciación con lo que respecta a los servicios de entrega de paquetería existiendo organizaciones que entregan paquetería a nivel nacional, envían o reciben del exterior, aquí es donde se hace una línea para definir el servicio Postal que concierne al sector público del país y el envío Courier que son operadores privados con claras diferencias como se detalla a continuación.

4.2.1.3 El Correo Postal.

Es un servicio postal, considerado servicio público, que consiste en la obligación de brindar un conjunto definido de servicios postales prestados en forma permanente como la admisión, clasificación, distribución y entrega de envíos o paquetes postales expedidos por un remitente a un destinatario dentro del territorio nacional y desde o hacia el exterior, cumpliendo estándares de calidad de tarifas asequibles con cobertura en todo el territorio

nacional, que permita a los usuarios remitir o recibir envíos postales desde y hacia cualquier parte del mundo, que contengan cualquier documento u objeto, que puede tener fines de muestra comercial con o sin valor comercial que esté bajo los regímenes de importación del país y cumplan con las normas que rigen el servicio postal en el Ecuador.

4.2.1.4 Servicio de paquetería Acelerada o Courier.

El servicio de paquetería Courier es aquel tipo de servicio de entrega de paquetería en el que la prioridad y calidad de entrega es lo primordial con lo que se explica los costos elevados en relación al correo postal que ofrecen entes públicos donde el tiempo de entrega y manejo de mercancías cambia de manera radical con estándares más flexibles.

El servicio de Courier consiste en el envío de documentos o paquetes de un tamaño y/o peso limitado a un determinado costo, que puede ser distribuido a nivel nacional e internacional según lo requiera el cliente a su vez se caracteriza por tener la velocidad, seguridad, especialización y personalización de los servicios valorados en el proceso y ejecución del reparto, por ende opera bajo el estándar premium en servicios de correo postal o paquetería, el cual es usado por las empresas que consideran de suma importancia el transporte de sus envíos justificando el costo a pagar por el servicio. Couier (2011)

En el Ecuador hay una forma específica de definir este tipo de servicio según el Reglamento de los Servicios Postales en Régimen de Libre Competencia en su artículo 1, literal C:

Es un tipo de consolidador/ desconsolidador de carga establecido legalmente en el país como persona jurídica, privada o pública, que presta servicios de transportación internacional por vía aérea y consolidación de mercancías amparadas al régimen de excepción de “Mensajería Acelerada o Courier”, con o sin medios de transporte propios, regulares o de contratación específica, registrada y autorizada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con aplicación de procedimientos simplificados y dentro de rangos de valor y peso previamente determinados. Reglamento De Los Servicios Postales En Régimen De Libre Competencia (2015)

4.2.2 Usuario.

En la sociedad todas las personas de alguna u otra forma están en constante interacción en la búsqueda de información, servicios o compra de bienes, los usuarios ya no son solo personas físicas si no que ahora también usamos usuarios digitales para múltiples fines. De esta manera lo define Sanz (1993): “aquel individuo que necesita información para el desarrollo de sus actividades” él también lo establece como la necesidad de que todo ser humano requiere información o acceder a determinado bien o servicio en alguna situación en un momento de la vida. En el mundo empresarial los usuarios también se conocen como clientes, consumidores o compradores que terminan siendo lo mismo, lo que se debe recalcar es que las organizaciones deben comprender y conocer cuáles son las demandas de estos clientes que si se logran entender mejoraran la calidad y focalización de los servicios.

4.2.2.1 Tipos de usuario.

En la actualidad se puede definir principalmente dos tipos de usuarios, por un lado tenemos a los usuarios físicos y tangibles quienes hacen sus trámites, actividades o solicitudes en contacto directo con los encargados de atender sus requerimientos. Por otra parte los usuarios digitales, que son cada vez más frecuentes y permiten mejorar procesos en las actividades que requiere, por lo general estos usuarios requieren de un registro previo de datos de la persona como su nombre, fecha de nacimiento y correo electrónico, tienen siempre una interfaz por lo que el contacto directo con los responsables de atender el requerimiento es casi nulo. De esta manera se afirma que:

Denominamos usuarios a las personas que tienen acceso y utilizan sin importar su destreza equipos de cómputo, programas informáticos o sistemas de información- incluidas páginas web. Y aun cuando esta clasificación no destina un nombre para referirse a quienes no son usuarios de sistemas informáticos, es esta manera dicotómica la que ha imperado desde la aparición de la computadora personal en concebir a las personas como aquellas que hacen sus textos en un procesador de palabras u optan por escribir con papel y lápiz. Es esta misma forma de ser usuario o no serlo; o de tener acceso y utilizar sistemas informáticos o no- la que incluso ha determinado las primeras aproximaciones de capacitación para los medios
Hernández (2014, p.114)

4.2.3 Satisfacción del usuario

La satisfacción es un estado que las personas manifiestan cuando sus necesidades se han logrado cumplir de manera correcta, influenciada por las expectativas de un producto o servicio del que obtuvo resultados mejores a los esperados, las empresas y todas las organizaciones buscan constantemente satisfacer éstas necesidades tanto con los productos, servicios y la atención al cliente.

Las empresas públicas y privadas siempre buscan mejorar sus productos y servicios no solo para obtener mejores réditos económicos sino para ganar fidelización de sus clientes y con esto mejorando su imagen institucional; el autor Drake (2009) expresa que “el servicio al cliente es el conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas entre sí, donde un oferente asegura un nivel de satisfacción adecuado a los clientes perteneciente a un segmento del mercado.”

La satisfacción de los usuarios es un término que se hace popular en las ciencias empresariales en la década de los setenta y en América Latina se empiezan a realizar estudios de este tema en la década de 1980 según el autor Salazar (2008).

Para varios autores como Holahan, Johnson, Jurkat la satisfacción principalmente se define como un estado y al ser considerada así se habla de algo temporal que se basa en el cumplimiento de una necesidad emocional o material que se mezcla con el logro de un objetivo planteado Hernández P. (2011); por otra parte uno de los conceptos más claros lo da el autor Vogt (2004, p. 16) manifiesta que “es el resultado de un proceso permanente

de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro”.

Tomando en cuenta lo que nos dice el autor la satisfacción es algo más grande de lo que parece y abarca varias aristas de las organizaciones en las que se espera un entorno ideal de cumplimiento de necesidades de manera que sobrepasa las expectativas y esto se convierte en la razón de crear mejores productos e innovaciones de las organizaciones.

4.2.4 La calidad en el servicio público.

La calidad se define como el conjunto de características de un bien o servicio que tiene las cualidades para satisfacer las necesidades de los seres humanos producto de la constante búsqueda de la excelencia, Evans (2009) señala que la calidad y satisfacción del cliente son un factor importante en la utilidad neta de una empresa ya que al retener mejor a sus clientes como lo reveló un estudio se descubrió que las empresas que tienen una tasa de retención de clientes del 98 por ciento son dos veces más productivas que aquellas cuya tasa es de 94 por ciento, por otra parte otros estudios demuestran que los clientes insatisfechos comunican sus experiencias negativas a por lo menos dos veces más personas que sus experiencias positivas.

A continuación se citara algunos conceptos de autores que definen la calidad:

Fea (2009) Enuncia respecto de calidad, “la ejecución de las actividades de forma sistemática, aplicando el sentido común para optimizar los recursos de una actividad, de modo que se maximicen las ventas y/o minimicen los costos.” (p. 21).

Velázquez (2009) Alega que la calidad “es una medida que indica la capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades humanas.” (p. 229).

El autor Velázquez antes citado da un enfoque netamente basado en la calidad del producto o servicio, esto desde el punto de vista empresarial quedaría algo corto ya que muchos clientes en la actualidad valoran mucho como fueron atendidos por los clientes internos de las organizaciones y esto suma al final de la valoración en su experiencia con su compra. Según Moreno, Peris, & González (2009), la calidad de servicio “es la respuesta definitiva a las expectativas de los consumidores o usuarios, que dependerá en gran medida a la percepción de los clientes acerca del producto o servicio en referencia.”

Tomando en cuenta el concepto que definieron los autores antes citados se puede hacer una construcción conceptual ya que en definitiva la calidad del servicio es el resultado de los esfuerzos de las organizaciones por mejorar procesos de producción y la entrega al consumidor final, que una vez que lo recibe sus expectativas chocan con la realidad donde hace una evaluación muy personal y determina si estuvo bien o mal su decisión de consumo. Otro con concepto más práctico y metodológico lo dan los autores:

Alonso & Provedo (2010) señalan que la calidad es el fruto de una planificación que es coherente, sistemática y participativa donde hay la búsqueda constante de mejorar o pulir procesos que maximicen las percepciones sobre las expectativas de los usuarios con lo que se mejora también las aptitudes o atributos de las organizaciones; de la misma

manera los autores Camisón, Cruz y González (2011), declaran que “se dice que un servicio es de calidad, si los clientes perciben la satisfacción de sus necesidades al consumir o utilizar el bien o servicio” esto se traduce automáticamente en que mientras mejor sea una atención prioritaria mayor será la satisfacción de los usuarios con su bien o servicio R. Barry y J. Hay (2008).

La atención de los funcionarios, vendedores o también conocidos como clientes internos puede hacer que la imagen de las organizaciones mejore o vaya en declive, el trato respetuoso y empático hacen que comprar o consumir se convierta en una verdadera experiencia que se pueda calificar al final del día como placentera o satisfactoria, de ahí es donde se derivan los conceptos donde lo intangible o tangible se complementa con la calidad y calidez del personal que entrega su atención al usuario. Mora (2011)

Al tratarse de calidad en los servicios públicos para el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (2018) es hablar de lo siguiente:

Hay que hablar de una evolución que la administración pública busca y seguirá buscando en la mejora de la entrega de servicios, para cumplir con los principios que el Estado demanda como eficacia y eficiencia, con el objetivo de optimizar las condiciones en que se entregan los servicios a los ciudadanos, los servicios públicos de calidad son el mejor medio para construir sociedades sostenibles, equitativas y democráticas. La ciudadanía exige una administración más cercana a sus demandas y necesidades, con servicios transparentes que simplifiquen los trámites; esta exigencia

demanda una participación integral de todos quienes conforman el sector público de gestión, actualmente los servicios públicos han trascendido a un nuevo enfoque de servicio donde ya no es solo un proceso que se lleva a nivel interno de las entidades públicas si no en la mejora de la satisfacción de los usuarios a través de servicios de calidad que serán calificados y retroalimentados por la percepción que tienen los usuarios.

Las buenas prácticas en la administración pública ejercida con calidad reducen los tiempos de espera y mejora la relación coste/rendimiento de los servicios públicos, incrementando la productividad con responsabilidad de esta manera el sector público cumple un papel fundamental en la renovación económica y social de la sociedad.

Es muy importante mencionar que los servicios públicos están sujetos a una percepción de los usuarios que relacionan directamente el panorama político con la burocracia como o afirma el autor Walle (2006), es decir que si un político goza de popularidad los servicios públicos que están a su mando tendrán una aceptación buena por parte del pueblo pero si pasa lo contrario respecto de su popularidad la percepción y expectativas de los servicios públicos será negativa por los usuarios, este aspecto es muy importante ya que predispone un escenario adverso para todos quienes quieren entregar un servicio de calidad y por ende mejorar la satisfacción de los usuarios.

4.2.5 Formas de medir la calidad del servicio y satisfacción del usuario.

La satisfacción del usuario relacionado a la calidad del servicio es consecuencia de un examen mental comparativo que realiza el individuo al diferenciar sus percepciones con

sus expectativas al final del servicio, por ende es importante hacer un análisis comparativo de las teorías que estudian estos fenómenos como las detalladas a continuación:

Tabla 1
Línea de tiempo de teorías de calidad de servicio y satisfacción del usuario

Autor	Año	Definición	Etapa
Shewhart	1931	La calidad sería como una medición numérica, para hacer posible ver si la calidad de un producto o servicio difiere de otro, entre dos periodos de comparación, y para determinar si las diferencias son mayores y son producto del azar.	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 2px;">INSPECCIÓN</div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 2px;">CONTROL ESTADÍSTICO DE LA CALIDAD</div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 2px;">ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD</div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 2px;">CALIDAD COMO COMPETITIVIDAD ESTRATÉGICA</div> </div>
Feigenbaum	1951	Calidad no tiene el significado popular de “mejor” en un sentido absoluto. Significa “lo mejor para ciertas condiciones del cliente”. Estas condiciones son: (a) el uso real y (b) el precio de venta del producto. La calidad del producto no puede ser considerada aparte del costo del producto.	
Maslow	1954	Enfocó la satisfacción del ser humano en base a la realización de necesidades ordenadas jerárquicamente, siendo las fisiológicas, seguridad, sociales, estima, autorrealización, esta teoría respecto de la satisfacción de los usuarios está ligada ya que parte de recibir un servicio de calidad es que, quién lo reciba se sienta feliz e incluso realizado al obtener algo que requería.	
Heider	1958	Tendemos a atribuir la conducta de los demás a una de entre dos causas posibles: una causa interna o una causa externa. Las causas internas se refieren a características y rasgos individuales, como rasgos de personalidad, inteligencia, motivación, etc. Las causas externas o atribuciones externas son las que se otorgan a las fuerzas situacionales, como la suerte, al tiempo meteorológico o a las acciones de terceras personas.	
Feigenbaum	1961	La calidad del producto se puede definir como la combinación de las características del producto de la ingeniería y la producción que determinan el grado en que el producto en uso satisfaga las expectativas del cliente.	
Victor Vroom	1964	Esta teoría sostiene que los individuos como seres pensantes, tienen creencias y abrigan esperanzas y expectativas respecto a los sucesos futuros de sus vidas, en el caso de los usuarios de un servicio es lo mismo, debido a que las expectativas de un servicio se basan en experiencias, creencias o esperanzas de lo que esperan recibir al hacer uso de un determinado servicio.	
Juran	1974	Introdujo una definición ampliamente utilizada de la calidad, la aptitud para el uso, que describió como el grado en que un producto sirve con éxito a los propósitos del usuario.	
Taguchi	1979	La calidad es la pérdida que un producto causa a la sociedad después de ser enviado, aparte de las pérdidas causadas por su función intrínseca. Es decir no cumple con el objetivo especificado.	
Tuchman	1980	Sostiene que la calidad significa la inversión de la mejor habilidad y el esfuerzo posible para producir los mejores y más admirables resultados posibles.	
Zeithaml	1988	La calidad puede ser definida en términos generales como la superioridad o excelencia, siendo este autor uno de los creadores del modelo SERVQUAL, a través de sus estudios de percepciones y expectativas.	
Crosby	1988	La calidad es la conformidad con los requisitos, implica conocer y aplicar cuatro criterios: cumplimiento de los requerimientos, la prevención, un estándar de cero defectos y la medición de la misma sería el precio del incumplimiento.	
Deming	1989	La calidad solo puede definirse en función del sujeto y reside en la traducción de las necesidades futuras del usuario a características evaluables, de forma que el producto se pueda diseñar y fabricar para proporcionar satisfacción por el precio que el sujeto tenga que pagar.	
Pirsig	1992	Definir la calidad como excelencia significa que se entiende “por delante de la definición (...) como una experiencia independiente directa de y antes de abstracciones intelectuales”.	

año 1964 el autor Víctor Vroom señala que las expectativas de las personas respecto de un producto o servicio se basa en las experiencias o circunstancias ajenas previas del sujeto, por ende las expectativas pasa a ser algo subjetivo y en el caso de los servicios esto es muy evidente ya que en este caso se habla de una entidad del sector público que de por sí ya genera una imagen algo negativa en lo que a prestación de servicios se refiere; la autora Valarie Zeithaml es una profesional en marketing y calidad de servicio que desde el año 1988 empezó a realizar los estudios de desarrollo del modelo SERVQUAL que es uno de los modelos más usados para medir la satisfacción gracias al contraste de las expectativas y las percepciones de los usuarios como lo manifestaron algunos autores citados previamente, este modelo se caracteriza por una escala numérica para medir variables y dimensiones, siendo éste modelo el elegido a ejecutar durante el desarrollo del presente proyecto de investigación en “Correos del Ecuador”.

Según Aponte (2013) es importante recalcar que existen otras técnicas aplicables en diferentes campos y lugares para medir la calidad de servicio y por ende la satisfacción de los usuarios, algunos se hacen de forma periódica, de manera presencial o anónima, por mencionar algunos se puede nombrar a los paneles de usuarios, grupos de discusión, encuesta al personal interno, indicadores de satisfacción, análisis de tiempos de espera.

4.2.6 El servicio de calidad en “Correos del Ecuador”

El servicio postal en el Ecuador es considerado servicio público, que consiste en la obligación de brindar un conjunto definido de servicios postales prestados en forma permanente, de calidad y a tarifas asequibles con cobertura en todo el territorio nacional,

que permita a los usuarios remitir y recibir envíos postales desde y hacia cualquier parte del mundo, al ser un servicio que se maneja desde cierto punto de vista como un enfoque empresarial posee indicadores aunque muy poco desarrollados con lo que tiene que ver la calidad de servicio, según la Política de Desarrollo Postal 2016-2020 hay tres indicadores que el correo postal maneja:

- a) Tasa de piezas procesadas por cada 1.000 habitantes.
- b) Índice de Calidad del Servicio Postal.
- c) Índice de Uso del Código Postal.

De los indicadores planteados solo el primero está definido e incluso tiene una meta proyectada hasta el año 2020 y para el año 2019 la meta es de 10484 piezas de paquetería procesada por cada 1000 habitantes del país; pero el índice de calidad de servicio y el índice de uso de código postal aún no están definidos claramente ni su proceso de aplicación, debido a que estos dos indicadores no dependen de “Correos del Ecuador” sino de la Agencia de Regulación Postal que es la entidad que emite las regulaciones para el funcionamiento de “Correos” que cumple un rol netamente operativo y se somete a lo que dictaminen las instituciones con la rectoría en este sector como lo hace el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. MINTEL (2016)

La línea base más cercana para efectos de comparación y tomando en cuenta que la entidad no maneja estos indicadores, será el porcentaje de satisfacción de los usuarios externos que acudieron a ventanilla durante el primer semestre del 2018 en el que se

determinó un porcentaje de satisfacción del 52.59% según la rendición de cuentas del año 2018 de “Correos del Ecuador”.

4.3 Marco Organizacional, “Empresa Pública de Correos del Ecuador”.

4.3.1 Antecedentes

No existe un antecedente exacto sobre cómo eran las formas de comunicación que usaban los habitantes aborígenes que formaban parte de lo que hoy en día es el territorio ecuatoriano, todo esto antes de la ocupación de los Incas a mediados del siglo XV. Los Incas al verse en la necesidad de comunicarse entre ellos desarrollaron y perfeccionaron un ingenioso método para el envío mensajes y cosas, como fue el de los chasquis.

Paz y Miño (2011, p.13) manifiestan; “el sistema de los chasquis estuvo organizado a lo largo del Tahuantinsuyo. Eran empleados hombres jóvenes (entre 18 y 20 años), especialmente escogidos en cada comunidad para que sirvieran a la mita estatal durante un mes.”

Ayala (2011, p. 29) Conforme fue avanzando el tiempo y con él la llegada de la época colonial, aparecieron los Postillones quienes eran los encargados de llevar el correo, y según la siguiente reseña: Se ubicaban en una tienda o cantina conocida en cada lugar. Allí, sentados a la luz de una vela de sebo prendida, recibían las cartas y “encomiendas” de los funcionarios públicos que remitían correspondencia, o de personas privadas que mandaban misivas o pequeños paquetes con “encargos”. También recibían “razones”: mensajes verbales que

repetían a su destinatario con bastante precisión. Nunca aceptaban llevar plata; de ese modo, se aseguraban de que no serían víctimas de los asaltantes de caminos. A veces “se pasaban personalmente” por la casa de algún conocido para recoger o dejar el correo “a domicilio”.

Según nos cuenta la historia de Correos del Ecuador, el 1 de julio de 1769 se establece la “Real Renta de Correos” designando a don Antonio Romero de Tejada, como el primer “Administrador Principal de Correos” para la Real Audiencia de Quito

En 1971 el Dr. José María Velasco Ibarra otorga al servicio de Correos Nacionales la facultad legal para que pueda administrar directamente sus recursos. El 29 de septiembre del mismo año se expide la Ley General de Correos, creándose la Empresa Nacional de Correos, como entidad de derecho público con personería jurídica y adscrita al Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones. En 1990 se dicta el Reglamento Orgánico Funcional de la Empresa, transcurrieron los años y en mayo de 1994 se suscitó un hecho relevante, pues se decretó la desmonopolización de Correos y autorizó el ingreso a la actividad a los correos paralelos o privados como un paso hacia la privatización de la Empresa Nacional de Correos.

En 1995 se presenta el proyecto de la nueva Ley General de Correos. A partir del 18 de noviembre de 1999, se inicia el proceso de modernización de los correos, el cual ha sido llevado conjuntamente con el CONAM. En Quito el 14 de abril del 2010 mediante decreto ejecutivo 324 emitido por el presidente de la república Rafael Correa, creándose así la Empresa Pública Correos del Ecuador -CDE E. P como el Operador Público del

Servicio Postal Oficial del Ecuador, persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria financiera, económica, administrativa y de gestión con domicilio principal en Quito, Distrito Metropolitano, provincia de Pichincha.

Actualmente, el funcionamiento del sector postal en el Ecuador funciona en base a las reglas que determinan entidades públicas y su participación como se detalla a continuación:

- El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información el único ente con la facultad de rectoría en el sector postal es decir es quien formular, orienta, coordina y evalúa las políticas públicas y planes para la promoción y desarrollo del servicio postal.
- La siguiente entidad es la Agencia de Regulación y Control Postal quien es el ejecutor en el marco de sus competencias, de políticas públicas y directrices en materia postal dictadas por el Ministerio rector. En este sentido, debe regular y controlar los servicios postales a través de la emisión de normativa, y otorgar, renovar, cancelar o negar títulos habilitantes a todos los operadores postales. Por otra parte, para el cumplimiento de sus atribuciones administra, entre otros, el Registro General de Operadores de los Servicios Postales, así como el Sistema de Código Postal ecuatoriano.
- La Empresa Pública Correos del Ecuador es el operador postal autorizado y el único con esta facultad, por ende es quien cumple la única función de acatar las

resoluciones del ente regulador y rector; su función es netamente operativa es decir únicamente recibe y transporta carga (MINTEL, 2016).

La Empresa Pública Correos del Ecuador tiene la siguiente planificación estratégica que determina el accionar de su labor como operador postal:

Misión: Correos del Ecuador CDE E.P. es una empresa pública de servicios postales logísticos con cobertura a nivel nacional e internacional con talento humano comprometido en garantizar la eficiencia y seguridad en la prestación de sus servicios.

Visión: Seremos una empresa de servicios postales logísticos referente en el mercado nacional, reconocida por la calidad del servicio, seguridad y confiabilidad hacia nuestros clientes y con un clima laboral apropiado para sus funcionarios

Valores Empresariales

- Respeto
- Excelencia
- Honestidad
- Transparencia

Política Sectorial

1. Propiciar el desarrollo del sector postal público.
2. Proveer servicios y productos de calidad, accesibles, seguros y oportunos.
3. Impulsar a través del Correo transformación productiva y desarrollo económico.

4. Posicionar los nuevos productos y servicios que ofrece Correos del Ecuador.
5. Fomentar el uso del Servicio Postal Público a nivel nacional.

La empresa pública tiene como objetivos empresariales:

- Incrementar el desarrollo del talento humano.
- Incrementar la eficiencia operacional.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto.
- Incrementar la participación de Correos del Ecuador en el mercado postal y logístico nacional.

El Directorio se conforma de la siguiente manera:

1. El Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información o su delegado permanente, quien lo presidirá.
2. El titular del organismo nacional de planificación o su delegado permanente.
3. Un miembro designado por el Presidente de la República.

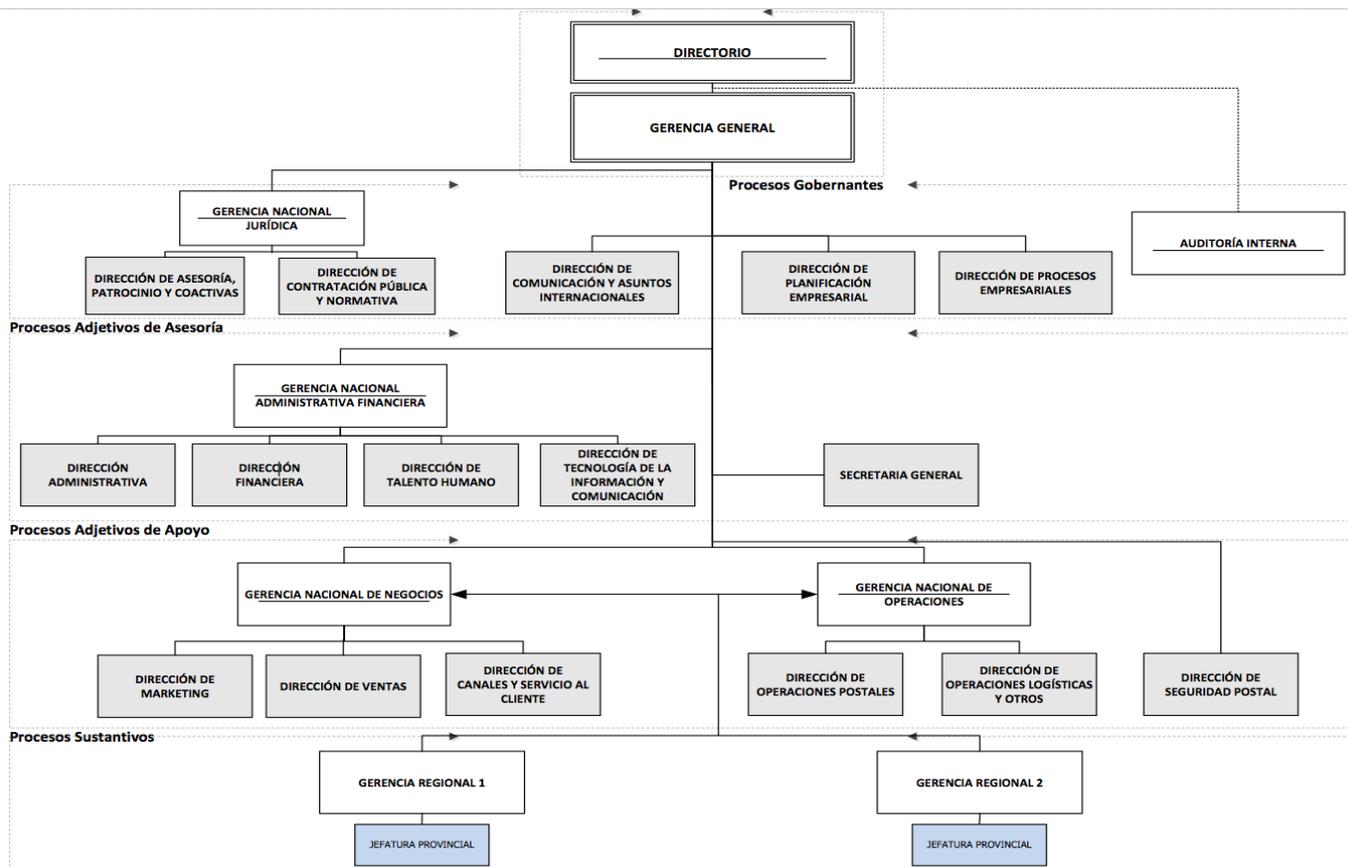


Figura 1: Estructura Orgánica de Correos del Ecuador
 Fuente: "Correos del Ecuador"
 Elaborado por: El autor

4.3.1.1 Tipos de puntos de acceso.

Tabla 2
 Clasificación de los puntos de atención

Tipo de Acceso	Punto de Acceso	Definición
A	Sucursal	Establecimiento que depende de otro principal y desempeña las mismas actividades postales que éste en otro lugar.
B	Agencia	Recinto postal, donde se ofrece servicios al público, desarrolla los procesos de admisión, encaminamiento y distribución de correspondencia.

C	Agente Postal Autorizado	Persona natural o jurídica que tiene una relación comercial con el operador postal designado para integrar operaciones logísticas o expandir la red postal.
D	Ventanilla Flotante	Punto de atención móvil que brinda servicio postal, venta de productos postales, en espacios de entidades públicas, proporcionados mediante convenios o alianzas estratégicas.
E	Patentado Buzón	Persona natural o jurídica que con sus propios recursos se encarga de comercializar sellos postales y administra por encargo del Operador Postal Designado buzones instalados en lugares públicos.
F	Apartado Postal	Receptáculo que permite al usuario contar con una dirección domiciliaria postal exclusiva y específica arrendada, en la cual podrán recibir correspondencia local, nacional, internacional.

Fuente: Norma Técnica para la Prestación del Servicio Postal Universal

Elaborado por: Agencia de Regulación y Control Postal

4.3.1.2 Servicios postales a nivel nacional.

- **Servicio EMS Nacional**

Servicio de entrega para correspondencia y/o paquetería a nivel nacional, con cobertura a las 24 provincias del país y prioridad de entrega de 24 horas.

- **Servicio Certificado Nacional**

Entrega de correspondencia y/o paquetería a nivel nacional con certificación de entrega.

- **Servicio Ordinario Nacional**

Servicio para envíos de correspondencia y paquetería en cualquier lugar del país con la tarifa más económica del mercado.

- **Servicio Apartado Postal**

Este servicio permite a los usuarios contar con un casillero y dirección específica para la entrega de correspondencia local, nacional e internacional; estos apartados pueden estar ubicados en sectores de vivienda, oficinas, empresas y demás.

- **Sistema Avísalo**

Correos del Ecuador ha puesto a disposición desde octubre del 2017 un sistema denominado “Avísalo” que consiste en una plataforma de prealerta para notificar al usuario la llegada de un paquete al país su estado y recorrido; optimizando los tiempos de entrega, los recursos del Estado con un proceso donde básicamente se prealerta, se registra, se paga y se recibe el paquete o al menos eso es lo que promete Correos del Ecuador con un término de 15 días lo que ha generado expectativas muy altas de esta plataforma, hasta el año 2017 la plataforma contaba con 41613 usuarios. Correos del Ecuador (2018).

4.3.1.3 Servicios postales internacionales.

- **Servicio EMS Internacional**

Servicio de entrega para correspondencia y/o paquetería a nivel internacional, con cobertura a 192 países a nivel mundial y prioridad de entrega.

- **Servicio Ordinario Internacional**

Envío de paquetería y correspondencia a nivel internacional con la tarifa más económica del mercado, no aplica indemnización ni prioridad de entrega.

- **Servicio Urgente internacional**

Envío y recepción de correspondencia que requiere atención inmediata a nivel internacional.

- **Giros**

Remisión de dinero a través de operadores postales por medio de libramientos a favor de un beneficiario determinado. Este servicio se utiliza para la situación de fondos o para la liquidación de envíos postales con reembolso.

4.3.2 Sucursal de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja.

La “Empresa Pública de Correos del Ecuador” tiene presencia a nivel nacional con varios puntos de atención entre ellos 39 tienen el nivel de Sucursal y Loja no es la excepción ya que cuenta con una, esta ciudad está ubicada al sur del país con una extensión de 57 km² y una población estimada de 236.834 habitantes según datos del INEC proyectados al año 2019, siendo actualmente la novena ciudad más poblada del Ecuador.

“Correos del Ecuador” tiene aquí una sucursal ubicada en las calles Colon y Sucre (esquina), esta cuenta con 20 servidores públicos actualmente que cumplen diferentes funciones en aspectos comerciales, financieros, logística, atención al cliente, entre otros.

4.3.2.1 Servicios ofertados en la Sucursal de Loja.

La entidad en la ciudad de Loja cuenta con dos líneas de negocio claras según su rendición de cuentas presentada en 2016 que se clasifican en **Servicios Postales Tradicionales** como, el EMS, Correo Certificado, Notificaciones, Correo Giros y Exporta Fácil; además se brindan los servicios de **Logística Integrada** de documentos y mercaderías.

4.3.2.2 Estructura Orgánica de la Sucursal de “Correos del Ecuador” en Loja.

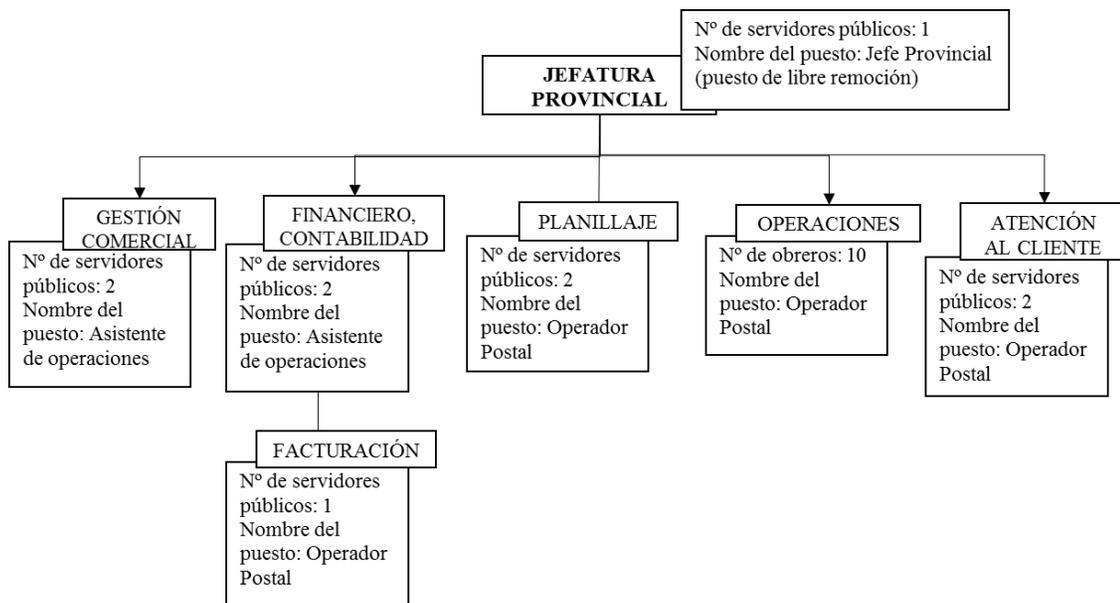


Figura 2: Estructura orgánica de la sucursal de “Correos del Ecuador” en Loja

Fuente: Investigación

Elaborado por: El autor

En la figura 2 se muestran el organigrama de la sucursal de Loja de la entidad, aquí se define que cuenta con 20 funcionarios divididos en tres grupos como lo determina el Reglamento Interno de Talento Humano en su Art.13, en el que se establece diferencias entre 3 tipos de personas que laboran en la entidad, sobre todo hay que recalcar que la sucursal tiene los 3 tipos, siendo el jefe provincial un servidor público de libre designación y remoción quien ejerce funciones de dirección, representación, asesoría y en general funciones de confianza; por otra parte se encuentran los funcionarios denominados según el reglamento antes mencionado como servidores públicos de carrera, quienes ejecutan funciones administrativas, operativas, profesionales, técnicas en sus distintas especialidades, sus puestos no son de libre designación y remoción e independientemente de su profesión se les denomina como operadores postales, auxiliares, asistentes de operaciones, entre otros, en el caso de la sucursal de Loja son todos quienes laboran en los departamentos detallados en el organigrama a excepción única del departamento de operaciones que está integrado por 10 obreros quienes forman parte de manera directa de los procesos operativos, productivos y de especialización de la entidad, la diferenciación de este tipo de puestos según el reglamento mencionado anteriormente lo determinara el Gerente General de la Empresa sobre la base de la propuesta técnica presentada por la Gerencia Nacional de Recursos Humanos.

Es importante analizar cuáles son los recursos tanto financieros como materiales con los que cuenta la sucursal para el desarrollo de sus funciones, los que cuales se detallan a continuación:

Tabla 3
Recursos de la sucursal en la ciudad de Loja

Recursos	Valores
Personal laborando	20
Presupuesto	Distribución mensual desde Quito
Flota vehicular	4 camionetas
Edificio	Propio
Recursos generados	\$394.349,51 (periodo 2016)
Total de clientes corporativos entre públicos y privados	271 (periodo 2016)

Fuente: Investigación y Rendición de Cuentas, año 2016
Elaborado por: El autor

La sucursal de la entidad en Loja cuenta actualmente con un edificio propio donde cumplen sus funciones 20 funcionarios públicos distribuidos en distintos departamentos entre los cuales se receipta y se entregan mercancías; cuenta con 4 camionetas para cumplir con las entregas en diferentes rutas a nivel local y provincial, es necesario resaltar que según la rendición de cuentas de la entidad a nivel nacional cuenta con una flota aproximada de 107 vehículos; la asignación de los recursos se realiza de forma mensual acorde a la generación de recursos a nivel nacional por lo que se puede definir como una entidad centralizada en Quito; según la última rendición de cuentas presentada por la entidad en la ciudad de Loja durante 2016 se generaron \$394.349,51, debido a la razón de contar con 271 clientes corporativos entre entidades públicas y privadas durante este año.

4.4 Modelo SERVQUAL

Según Nishizawa (2014), es un modelo de medición desarrollado en 1988 que a través de dimensiones mide la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, esto basándose en la comparación y brechas que hay entre las expectativas de los usuarios con las percepciones cuando reciben un servicio; a la vez que permite generar un análisis

cuantitativo y cualitativo de diferentes aspectos que los usuarios pueden llegar a percibir desde el momento que deciden usar cierto servicio pero sobre todo las opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de

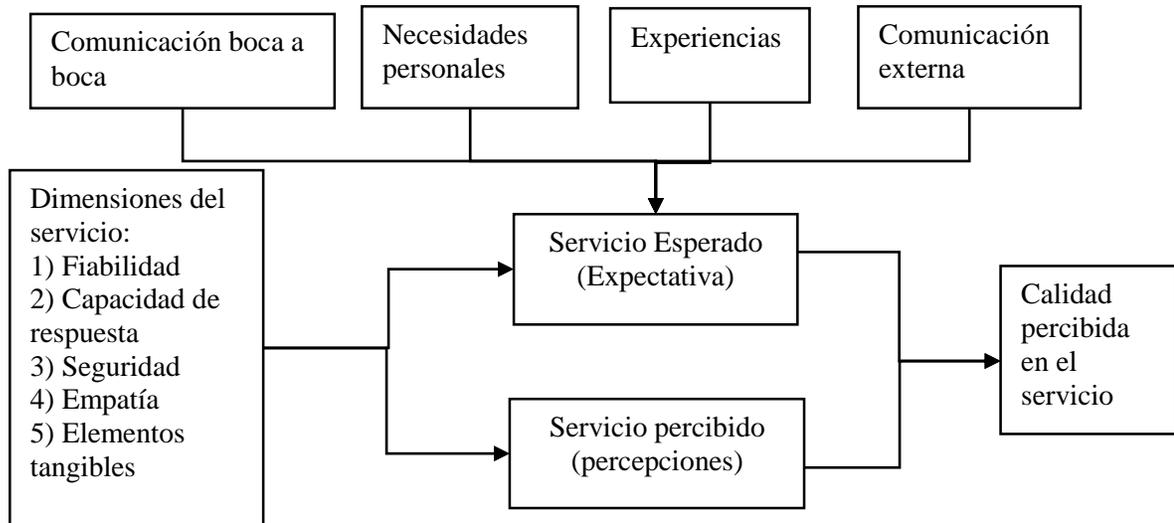


Figura 3: Modelo de evaluación de la calidad del servicio sobre el cliente

Fuente: Guía para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario

Elaborado: El autor

mejoras en ciertos factores, obviamente esto también permite generar comparaciones entre empresas.

4.4.1 Dimensiones

El método SERVQUAL en sus inicios tenía 10 dimensiones de las que solo quedaron 5 que facilitan la comprensión y la evaluación convirtiéndolo en uno de los mejores modelos para evaluar la calidad del servicio que brindan las organizaciones enfocándose en la relación de expectativas-percepciones.

Dado que los autores observaron una fuerte correlación entre varias dimensiones, decidieron integrar algunas en otras, llegando a la propuesta final de un modelo de cinco dimensiones según Duarte (1999):

- **Fiabilidad:** La habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó, con exactitud y de forma cuidadosa.
- **Capacidad de Respuesta:** La disposición y la buena voluntad de los empleados para ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.
- **Seguridad:** El conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente.
- **Empatía:** Es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes
- **Elementos tangibles:** relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación.

De esta manera e independientemente de su ponderación el modelo SERVQUAL tiene 22 variables divididas entre las cinco dimensiones, que serán consultados a los usuarios, estas preguntas se dividen para cada dimensión de la siguiente forma, a los elementos tangibles les corresponden cuatro variables; a la fiabilidad cinco variables; a la capacidad de respuesta cuatro; el criterio de seguridad también engloba cuatro variables, mientras que el de empatía presenta cinco.

Como antes se explicó, el modelo SERVQUAL incorpora 22 ítems o variables originalmente, aunque este número se puede considerar como el máximo de preguntas a

incorporar en el análisis de calidad a realizar. Para la presente investigación se tomó en cuenta lo que determinan los autores Jaráiz & Pereira (2014) que manifiestan que es aconsejable manejar entre 10 y 16 variables, basándose en esto se diseñó una encuesta donde las tres primeras preguntas midieron el criterio de elementos tangibles: las cuatro siguientes la fiabilidad; la ocho, nueve y diez midió la dimensión de capacidad de respuesta; la once y doce midió la dimensión seguridad; de la trece a la dieciséis se midió la dimensión de empatía. También se documentaron la edad, el sexo, nacionalidad, escolaridad, tipo de servicio y tipo de trámite, para responder todas las variables se usó una escala de Likert.

4.4.2 Escala de Likert

Desde hace varios años las escalas son instrumentos de medición o pruebas psicológicas que frecuentemente son utilizadas para la medición de actitudes en el caso de la escala desarrollada por Likert mide las actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares y se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada variables.

La escala se construye en función de una serie de respuestas que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente, estas opciones pueden estar estructuradas con cinco alternativas o más opciones de respuesta según lo considere el investigador. Briones (1995)

Para esta investigación se usó la escala de Likert de 1 a 5 para medir las expectativas y percepciones siendo siempre 1 la respuesta negativa y 5 la positiva, esto es útil para ponderar los resultados en un valor porcentual como se muestra en la tabla 3 expectativas y tabla 4 de percepciones.

Tabla 4
Escala de Likert para expectativas

Escala de Likert	Significado	Rango de porcentaje de expectativa del cliente
1	Nada importante	0-20%
2	Poco importante	20-40%
3	Regular	40-60%
4	Importante	60-80%
5	Muy importante	80-100%

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. Metodología de la Investigación. McGraw Hill
Elaborado por: El autor

Tabla 5
Escala de Likert para percepciones

Escala de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Totalmente Insatisfecho	0-20%
2	Insatisfecho	20-40%
3	Regular	40-60%
4	Satisfecho	60-80%
5	Muy Satisfecho	80-100

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. Metodología de la Investigación. McGraw Hill
Elaborado por: El Autor

4.4.3 Las expectativas en el modelo SERVQUAL

Las expectativas que tienen un usuario básicamente es lo que esperan recibir de un servicio. De modo que si aceptamos la existencia de una calidad técnica y otra asociada a elementos intangibles o del proceso de prestación, se puede hablar de expectativas tangibles y expectativas intangibles. Marzo y Cols (2002)

Así también, es posible establecer la distinción entre expectativas cognitivas y expectativas afectivas, las primeras tendrían un carácter más general asociadas a las creencias anticipatorias del servicio y su calidad, mientras las segundas, estarían directamente asociadas a la experiencia afectiva y su confirmación, que conlleva al sentimiento de satisfacción o insatisfacción.

La escuela cognitiva de la psicología presupone que todo comportamiento está dirigido al logro de una meta. Las necesidades y las experiencias del pasado son razonadas, categorizadas y transformadas en actitudes y creencias que actúan como predisposiciones para el comportamiento, teniendo, por consiguiente, un rol en la formación de expectativas. Desde la psicología cognitiva, la expectativa es definida como la evaluación subjetiva de la probabilidad de alcanzar una meta concreta Reeve (1994), constituyendo una estructura de conocimiento basada en la experiencia que permite predecir la probabilidad de que se dé un acontecimiento o una consecuencia. En la anticipación de resultados están implícitas las evaluaciones subjetivas de la probabilidad de conseguir tal meta.

4.4.4 Las percepciones en el modelo SERVQUAL

La percepción está definida como: "(...) la capacidad del cerebro de analizar, integrar, reconocer y dar significado a los estímulos sensoriales" Izaguirre (2017, p. 228). Así mismo es necesario conocer los procesos que intervienen en el cerebro en el momento justo en el que los clientes del operador de información se enfrentan a los momentos de verdad del servicio; donde a través del uso de los canales de comunicación se espera que la información que transmite la empresa, la reciba con éxito y claridad el cliente.

Es decir que es "(...) un proceso en continuo cambio generado por los estímulos nuevos recibidos que va a permitir el desarrollo de diferentes áreas cerebrales interconectadas e integradas para darle un significado (...) ya sea de contenido visual, auditivo o táctil" Izaguirre (2017, p. 228). En consecuencia, debe priorizarse el contacto que tiene el cliente con el ambiente externo a través de los estímulos sensoriales con el objetivo de que la percepción sea positiva a lo largo de su ciclo del servicio.

“(...) La interpretación de la información derivada de los estímulos presentes, depende de una serie de factores de naturaleza externa e interna. A los factores externos nos referiremos posteriormente al analizar la problemática de la atención. Entre los factores internos debemos referirnos fundamentalmente a nuestra propia personalidad, motivación aprendizaje anterior”. Rivas y Esteban (2015, p.254)

4.4.5 Proceso de análisis SERVQUAL.

El análisis multidimensional SERVQUAL planteado para la investigación está compuesto por 3 secciones:

- **Sección 1:** Evaluación de la percepción de calidad de servicios, aquí se corresponde a la medición de las percepciones, está estructurado ya que se usa el cuestionario planteado para la investigación. En este cuestionario, las variables se formulan en relación a la organización en estudio, es decir, que en cada variable procure el uso del nombre de la organización.
- **Sección 2:** Evaluación de expectativas de calidad de servicios; aquí se mide las expectativas que tiene el usuario (interno o externo) respecto a cómo “debiese” ser el servicio en una organización excelente. La forma de redacción de los enunciados permite que sean aplicados en todo tipo de empresas de servicio
- **Sección 3:** Análisis de la ponderación de los resultados usando las escalas de Likert para obtener datos cuantitativos acerca de las cinco dimensiones y por cada una de las variables. Los resultados obtenidos de la aplicación de la Escala Multidimensional SERVQUAL, se asocia al “Modelo de las Brechas sobre la Calidad en el Servicio”, que permite identificar las “brechas” que producen insatisfacción. A partir de este modelo se diseñan las tareas de la organización para disminuir las brechas que existan entre las expectativas y las percepciones del cliente.

La puntuación se obtiene con la tabulación de la información luego se calculan las dimensiones y las afirmaciones, tomando en cuenta que los datos obtenidos deben obedecer a las respuestas procesadas de cada variable.

4.4.6 Los GAP's o brechas del modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL si bien determina los pasos para medir la satisfacción del usuario también consiste en una herramienta que deja claros los lineamientos que puede mejorar un servicio gracias a este análisis por eso es importante analizar las brechas que las organizaciones y usuarios pueden llegar a tener; se asume que hay 5 GAP's o brechas que tienen los servicios según Parasuraman (1985). Por lo tanto, el Modelo SERVQUAL de calidad de servicio no representa únicamente una metodología de evaluación de la calidad de servicio sino que, constituye en sí un completo enfoque para la mejora de la calidad de servicio Aiteco (s.f.).

Brecha 1, Discrepancia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos: Cuando los directivos de una organización no pueden comprender cuales son las expectativas y percepciones de los usuarios, tampoco logra comprender cuales son las cosas en las que están fallando y no podrá generar procesos de cambio que mejoren la eficiencia o eficacia, con esto se corre el riesgo de tomar decisiones que no estén encaminadas a tomar correctivos.

Brecha 2, Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad: Una vez que los directivos logran comprender las expectativas de los usuarios y también sus percepciones es importante

que estos se transformen en normas claras que serán una hoja de ruta que guíe el accionar de los usuarios internos para ofrecer bienes o servicios de alta calidad que satisfaga a los clientes finales.

Brecha 3, Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio: Cuando ya se logra comprender las necesidades del cliente, cuando ya se establecen normas de calidad puede existir una brecha donde simplemente no se aplican estos mecanismos gracias a causas como trabajadores o empleados no capacitados para ejecutar todo el plan de acción.

Brecha 4, Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa: Ha quedado claro que el modelo SERVQUAL de calidad de servicio tiene como fin mejorar la satisfacción de los usuarios y las organizaciones deben mantener una buena comunicación externa donde sus ofrecimientos de calidad se transmiten de manera clara para evitar choques negativos entre las expectativas y percepciones.

Finalmente se denomina **Brecha 5**, a la brecha global es decir la diferencia entre las expectativas de los usuarios frente a las percepciones de ellos.

Las 5 brechas mencionadas permiten detectar los aspectos en los que está fallando una entidad, ya sea en la empatía, seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad o elementos tangibles y permiten a las organizaciones tomar medidas correctivas para eliminar o reducir las brechas que los resultados determinen. Parasuraman (1985)

Para el presente el estudio se analizó solo la brecha cinco, que engloba las otras cuatro brechas, de esta manera se garantizó un adecuado análisis multidimensional.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Con el fin de determinar cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública Correos del Ecuador en la ciudad de Loja se utilizó los siguientes materiales y métodos.

5.1 Materiales

- Insumos de oficina
- Material bibliográfico
- Equipos informáticos
- Recursos humanos

5.2 Métodos

Para lograr los objetivos de la investigación se utilizó los siguientes métodos:

Método científico

El método científico es el proceso que toda investigación debe seguir con los pasos y procesos correctos, este método permitió generar en la investigación las correlaciones necesarias encontradas entre las variables planteadas a los usuarios tanto en lo que respecta a las expectativas como a las percepciones, con el fin de determinar las causas de insatisfacción al momento de recibir el servicio en las oficinas de la entidad y su vez conocer las dimensiones con mejores o peores resultados.

Método inductivo

Este método se utilizó para generar las primeras premisas de la investigación como la insatisfacción presentada por algunos usuarios, a su vez constituyo como la base del hecho en particular a ser estudiado siendo la medición de la satisfacción el objetivo más importante planteado en la investigación, también contribuyo a obtener los resultados mediante el estudio de las variables más importantes encontradas por los usuarios en la aplicación de las encuestas; uno de los aportes más relevantes de este método es que permitió establecer un panorama amplio entre la responsabilidad de la entidad para brindar un buen servicio y la normativa legal que determina un accionar adecuado por parte de la misma.

Método analítico – sintético

La aplicación de estos métodos fue muy importante ya que los resultados obtenidos en primera instancia mediante la entrevista permitieron analizar el panorama que la entidad afronta actualmente, siendo una parte importante el contraste de información entre lo planteado por el entrevistado y los resultados arrojados por las encuestas, por ende facilito el desarrollo de los objetivos usando el análisis cuantitativo obtenido con la medición numérica planteada en las encuestas y un análisis cuantitativo encontrado en la entrevista y en fuentes de información externas, mediante estos análisis se consiguió formular la discusión de resultados en base a teorías y el conocimiento obtenido durante el desarrollo de la investigación; finalmente el método sintético contribuyo a construir una adecuada revisión de literatura de todos los aspectos que englobó la investigación siendo el método

que redujo toda la información de encuestas, entrevistas, observación y fundamentación teórica a su parte más importante, para finalmente obtener las conclusiones y recomendaciones.

Modelo SERVQUAL

Es una herramienta técnica desarrollada en la década de los 80's que midió tanto las percepciones como expectativas de los usuarios debido a que este modelo determina cinco dimensiones divididas en Elementos Tangibles que comprenden variables los aspectos que a simple vista se pueden observar como lo son instalaciones físicas, señaléticas o la apariencia de los equipos; la dimensión de Fiabilidad determina variables donde la habilidad de la entidad para cumplir con los requerimientos de los usuarios se pone a prueba, de la misma forma como los funcionarios responden a los problemas y si los pueden resolver de manera adecuada; la siguiente dimensión planteada es la Capacidad de Respuesta, como su nombre lo dice la entidad debe tener una capacidad para atender de forma rápida, en un corto tiempo y por supuesto con disponibilidad de los funcionarios a cargo; la dimensión de Seguridad básicamente se enfoca en funcionarios preparados que transmitan en los usuarios confianza y tranquilidad; la última dimensión corresponde a la Empatía en la que se pone a prueba el trato que brindan los funcionarios, siendo una de las partes más importantes el respeto, un trato cordial y personalizado que genere confianza y buena sensación en el usuario, también se plantea si los horarios son adecuados para quienes hacen uso del servicio; de esta forma se estructuró en la presente investigación una encuesta con las cinco dimensiones planteadas y 16 variables que se calificaron usando una escala de Likert como se presenta a continuación:

Tabla 6
Escala de Likert para expectativas

Escala de Likert	Significado	Rango de porcentaje de expectativa del cliente
1	Nada importante	0-20%
2	Poco importante	20-40%
3	Regular	40-60%
4	Importante	60-80%
5	Muy importante	80-100%

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. Metodología de la Investigación. McGraw Hill
Elaborado por: El autor

Tabla 7
Escala de Likert para percepciones

Escala de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Totalmente Insatisfecho	0-20%
2	Insatisfecho	20-40%
3	Regular	40-60%
4	Satisfecho	60-80%
5	Muy Satisfecho	80-100

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. Metodología de la Investigación. McGraw Hill
Elaborado por: El autor

Este modelo aplicado en las encuestas y gracias a las variables permitió hacer un análisis multidimensional y de brechas entre las expectativas y las percepciones de los usuarios externos.

5.3 Técnicas

La recolección de información fue la parte más importante de la investigación ya que se obtuvieron datos que acreditan la veracidad de los resultados mediante la aplicación de la encuesta, entrevista y observación directa.

5.3.1 Encuesta

Es una de las técnicas más usadas en las investigaciones; dos objetivos específicos de la investigación se cumplieron mediante el uso de esta técnica, en la que se realizó una recopilación de datos netamente cuantitativos muy necesarios para realizar la comparación entre las expectativas y percepciones de los usuarios con lo que se establecieron los valores e índices que determinan un nivel de satisfacción. Cabe recalcar que las encuestas plantearon preguntas utilizando la escala de Likert como medio para responder estas preguntas, con lo que se aseguró una obtención de datos confiable en base a los datos numéricos con los que los usuarios se sintieron más cómodos respondiendo cuando se acercaban a las ventanillas de atención al cliente a realizar cualquier trámite, cabe subrayar que se encuestó a 298 personas.

5.3.2 Observación Directa

Esta técnica se usó para conocer en primer plano la realidad al poder observar la calidad del servicio y el trato brindado a los usuarios, las instalaciones o tiempos de demora en el servicio, de esta forma se mejoró la comprensión del contexto planteado teniendo un criterio imparcial muy valioso para el desarrollo de la investigación.

5.3.3 Entrevista

La entrevista se enfocó directo a la autoridad de más alta jerarquía en la Sucursal de Loja de “Correos del Ecuador” esto fue primordial para poder cumplir con uno de los objetivos ya que agrupo todos los factores que englobaban la situación actual de la entidad, levantar información que no existía y determinar cuál es la situación en la que se encontraba la entidad, gracias a esta información se pudo contrastar algunos de los motivos que afectan en la calidad del servicio que el usuario percibió por parte de la entidad.

5.4 Población y Muestra

5.4.1 Población

La población objetivo para la investigación fueron aquellas personas que se acercaron a las ventanillas de atención al cliente de “Correos del Ecuador” ubicadas en las calles Colón y Sucre (esquina), de la misma manera se tomó en cuenta a algunas personas que se acercaron a una ventanilla especial para compras por internet; cabe recalcar que la entidad tiene dos tipos de clientes: los que no tienen contrato con la entidad estos son personas naturales que pueden acceder en cualquier momento por un servicio y los clientes corporativos quienes son entidades públicas y privadas.

Ya que no hubo datos exactos y la cantidad de personas que acuden a diario a las oficinas es fluctuante, se hizo un promedio mensual obtenido gracias a la observación directa durante algunos días y apoyado en cuadernos de registros diarios con los que cuenta la entidad que fueron facilitados para el presente estudio.

Tabla 8
Población objetivo de estudio

Población	Descripción de la Población
1320	Promedio mensual de usuarios que acuden a las ventanillas de atención al cliente en las oficinas de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja

Fuente: Fichas de Observación y Libros de registro diarios, 2019
Elaborado por: El autor

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula correspondiente tomando en cuenta el promedio mensual de usuarios obtenido mediante las herramientas de investigación que da como resultado aproximado de 1320 personas que acuden a realizar sus trámites en las ventanillas de atención al cliente, durante el mes.

FORMULA

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

En donde:

- **Z**= nivel de confianza,
- **P**= proporción esperada (positiva) (0,5),
- **Q**= proporción no esperada (negativa) (0,5),
- **E**= error (0,05),
- **N**= Población Objetivo

Datos:

- $n = 1320$
- $p = 50\% = 0.5$
- $q = 50\% = 0.5$
- $Z^2 = 95\% = 1.96$
- $e = 5\% = 0.05$

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1320 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(1320 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{1320 * 3.84 * 0.25}{1320 * 0.0025 + 3.84 * 0.25}$$
$$n = \frac{1267}{3.3 + 0.96}$$
$$n = \frac{1267}{4.26}$$
$$n = 298$$

El total de personas a encuestar son 298 usuarios de “Correos del Ecuador”.

6. RESULTADOS

La investigación realizada sobre la satisfacción de los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja usando el modelo de calidad de servicio SERVQUAL, ha logrado determinar las expectativas y percepciones de quienes hicieron uso de los servicios de esta entidad pública en el departamento de atención al cliente.

Los servicios y su calidad son los principales factores que influyen directamente en la satisfacción de los usuarios que cada vez exigen mejor calidad y aún más en el servicio público, esto como consecuencia de la competencia que hay en diversos sectores donde la empresa pública y privada conviven, uno de los mayores énfasis va dirigido a la atención que se le brinda a los usuarios ya que de esto dependerá en gran parte la visión global que uno se lleve de una determinada organización.

Con el fin de obtener los datos necesarios para conocer las expectativas y percepciones se usó un cuestionario de 32 preguntas donde 16 variables se destinaron a medir las expectativas desde una perspectiva de la importancia que le dan los usuarios a ciertos aspectos de la organización y otras 16 variables para determinar las percepciones que tienen cuando acuden a hacer uso de los servicios, todo esto bajo los parámetros y las dimensiones del SERVQUAL como los Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía.

Gracias a las encuestas aplicadas se pudo obtener también datos con respecto a la población objetivo como se resume a continuación:

Tabla 9
Características sociodemográficas de la muestra

Datos de la población	n	Porcentaje
Promedio de edad de todas las personas encuestadas	36	100.00%
Total de Hombres	146	48.99%
Total de Mujeres	152	51.01%
Total de personas nacionales	282	94.63%
Total de personas extranjeras	16	5.37%
Nivel de Educación		
Ninguno	3	1.01%
Básico	31	10.40%
Bachillerato	141	47.32%
Superior	123	41.28%
Tipo de servicio		
Nacional	120	40.27%
Internacional	178	59.73%
Tipo de trámite		
Envío	82	27.52%
Recepción	123	41.28%
Giro	12	4.03%
Información	40	13.42%
Otro	41	13.76%
Muestra	298	100.00%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador"
Elaborado por: El autor

Como se puede observar en la tabla 9, la población de los 298 encuestados tiene un promedio de edad de 36 años, donde prácticamente la mitad son hombres con un 48.99% y el 51.01% son mujeres; el 94.63% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana y solo un 5.37% se identificaron como extranjeros; en su mayoría tienen una preparación académica de nivel de bachillerato con un 47.32%, seguida de un 41.28% que tienen una formación de educación superior y tan solo un 10.40% tiene una formación de nivel

secundario. La población que afirma no tener ninguna formación académica es de un 1.01% solamente, estos niveles de educación pueden estar relacionados a la edad promedio de los encuestados que son relativamente jóvenes.

6.1 Identificación de necesidades de Correos del Ecuador para ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios

“Correos del Ecuador” es la empresa pública más antigua del país con 188 años de historia hasta 2019, tiene cobertura a nivel nacional en las 24 provincias; a nivel internacional tiene alianzas con 192 países que forman parte de la Unión Postal Universal (UPU). Para dar cumplimiento al primer objetivo de investigación fue necesario realizar un diagnóstico tanto a nivel nacional como a nivel local en la ciudad de Loja, esto permitió conocer la situación que enfrenta la entidad y como esto puede verse reflejado en la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios. Para obtener esta información se entrevistó a la máxima autoridad de la Sucursal de Loja, también se hicieron observaciones directas y recopilación de información para contrastar la información. (Ver Anexo N°2 Formato de entrevista)

Según lo manifestado por el Jefe Provincial, la entidad pública actualmente está atravesando por un proceso de transformación con la clara intención de mejorar su competitividad y estar a la par del sector privado, al ser una empresa pública se ha visto en la necesidad de generar cambios y enfrentar también problemas que le han afectado para cumplir adecuadamente sus funciones, recalando por supuesto que su función es netamente operativa, es decir es un operador postal que únicamente se encarga de recibir y entregar paquetería a nivel nacional e internacional. A continuación se presentan las

necesidades y problemas más importantes por los que atraviesa actualmente la entidad como resultado de la presente investigación.

Falta de claridad en las políticas nacionales: Es importante destacar en este punto que sí existe una política destinada exclusivamente para el servicio postal a nivel nacional, pero aún no profundiza temas trascendentes como la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, de hecho en este ámbito no son claros los lineamientos para brindar un servicio de calidad, esto ha generado el desinterés por parte de la entidad que realiza las funciones operativas en este caso “Correos del Ecuador”, esto repercute a nivel nacional pero sobre todo a nivel local donde la falta de estos lineamientos no exige el cumplimiento adecuado de las funciones que debe desempeñar la empresa pública, lo que ha generado desconfianza del usuario, información poco fiable y procesos poco claros.

Poca claridad para evaluar la satisfacción de los usuarios: No hay canales claros para hacer llegar quejas, denuncias y sobre todo las sugerencias ya que no se ha masificado herramientas como el buzón de quejas y de ser así no se manejan datos precisos del número de quejas o denuncias por mala atención o problemas con el servicio, pese a existir una reglamentación específica para el incumplimiento de obligaciones por parte del operador postal como es Reglamento de Quejas, Reclamos e Indemnizaciones para Servicios Postales en Régimen de Libre Competencia.

Falta de articulación adecuada entre las distintas agencias, oficinas o sucursales: En este aspecto es importante dar a notar que en caso de algún problema se debe recurrir a ciudades como Quito o Guayaquil donde actualmente todo se centraliza, lo que genera

demoras en dar respuesta a los usuarios, ya que en sucursales como Loja poco o nada se puede hacer y es casi imposible dar respuestas inmediatas, que al final desemboca en pérdida de tiempos, recursos y una mala impresión a los usuarios.

Imagen corporativa débil: En varias oficinas aún se transmite una imagen de antigüedad, también la mala imagen que se ha generado gracias a la demora de entrega de paquetería ha sido objeto de titulares de noticias nacionales, críticas en redes sociales, problemas con la saturación del Call Center donde incluso hay que esperar más de 30 personas en lista de espera para ser atendidos, todo esto no refleja la imagen de modernidad que se intenta transmitir por parte de la entidad.

Depreciación de flota vehicular y falta de autonomía en la sucursal: Actualmente la flota vehicular a nivel nacional en promedio cuenta con 107 vehículos comprados entre los años 2011-2013, que ya cumplieron su vida útil por lo que es necesario renovar el parque automotor; en el caso de la sucursal de Loja existen 4 unidades de transporte que trabajan actualmente siendo vehículos que en efecto también cumplieron con su vida útil y es trascendental la renovación de los mismos, de ser necesario la sucursal podría adquirir nuevas unidades pero esto no es posible ya que los procesos de contratación y compra se llevan a cabo desde la gerencia nacional en Quito; esta falta de autonomía no permite la adquisición directa de nuevos materiales, equipos o vehículos para mejorar el servicio, lo que por consiguiente provoca un problema en la generación de información actualizada y exclusiva de la sucursal con el fin de poder hacer análisis y comparaciones de la situación actual en relación a otros periodos de tiempo.

Reducción de ingresos: La entidad es una empresa pública que tiene un carácter empresarial que funciona en base a una autonomía financiera y administrativa, gracias a esto se evidencia una fuerte centralización en el manejo de los recursos financieros, ya que todas las agencias o sucursales envían los recursos generados a una cuenta única de “Correos del Ecuador”, lo que significa que si hay la eliminación de algún servicio a nivel nacional todas las sucursales verán reducidos sus ingresos como ocurrió en septiembre de 2017 cuando se eliminaron ciertos servicios que según el diario “El Comercio” durante el 2016 representaron ingresos aproximados de \$182.370 para la entidad a nivel nacional; generando una disminución del 8.47% de ingresos operativos en el año 2018 para todas las sucursales en el caso de Loja fue el mismo porcentaje, esto afecto también a los ingresos económicos de ese año ya que los factores operativos no fueron atendidos lo que ha generado demoras en los tiempos de entrega a nivel nacional y por lo tanto los usuarios del sector público y privado han reducido su participación en el uso de los servicios que oferta la entidad; es muy importante enfatizar en el aspecto presupuestario de la sucursal que recibe fondos de manera mensual para el cumplimiento de sus actividades debido a la redistribución de recursos que se hace desde Quito, lo que también no ha permitido generar información financiera precisa de un determinado periodo.

Tiempos de entrega: Por las razones antes mencionadas ésta es una de las más grandes falencias ya que no se logra cumplir siempre con lo prometido en lo que a tiempos de entrega corresponde la paquetería postal internacional que arriba al país, por ejemplo el sistema “Avisalo” promete entregar la paquetería internacional que llega al país en 15 días laborables pero en la mayoría de casos no se logra cumplir con esto, sin embargo al hablar

de entregas a nivel nacional y local, la sucursal de Loja realiza encaminamientos diarios por lo que sí se logra cumplir con el estándar mínimo de recogida que determina la Norma Técnica para la Prestación del Servicio Postal Universal, de hacerlo 5 días a la semana, de esta manera otorgando un tiempo promedio de entrega a nivel nacional de 2.2 días para el servicio estrella y más rápido que ofrece la entidad es decir el EMS, pero no puede competir aún con el promedio que ofrece el sector privado que puede reducir esto a un 50% incluso.

Inestabilidad política y económica del país: En el Ecuador una empresa pública como “Correos del Ecuador” posee oficinas en todo el país, siendo este el caso de la sucursal de Loja que responde a directrices nacionales bajo un carácter empresarial con el fin de producir réditos económicos y por ende también recibir un porcentaje de los mismos recursos; por el contrario en la realidad esto es diferente puesto que, según la entrevista realizada en esta investigación se conoció que desde hace 4 años la asignación de recursos es casi nula para la sucursal, a esta inestabilidad se suman las políticas económicas que el Estado pueda aplicar y disminuya la estabilidad de la empresa, seguidamente hay que tomar en cuenta las decisiones políticas y administrativas que pueden afectar la estructura y razón de ser de la entidad. Además estas mismas políticas como la de austeridad aplicada por el gobierno ha afectado a los clientes corporativos de “Correos del Ecuador” y a sus ingresos financieros, ya que gran parte de su mercado está en las demás entidades públicas, que ya no cuentan con los recursos para contratar estos servicios que hace años eran obligatorios y en la actualidad quedan a discreción de cada entidad usarlos o no.

Capacitación al personal: La capacitación al personal es una de las partes primordiales para brindar una atención de calidad pero nuevamente las políticas de austeridad juegan un rol importante ya que la entidad hasta diciembre de 2018 capacitó a 1168 funcionarios, en su mayor parte gracias a la autogestión debido a la falta de recursos.

Empresas privadas: Las empresas de paquetería privada han ganado espacio en los últimos años gracias a su adaptación a las nuevas demandas de necesidades de los usuarios y gracias a la eficiencia que mejoran los tiempos de entrega como es el caso de los Courier; sin embargo “Correos del Ecuador” hasta diciembre de 2018 ha logrado aumentar la cobertura hasta llegar a un 76.73% llegando a 1225 zonas postales.

Precios altos: Los precios que ofrecen otras empresas son más competitivos y ofrecen tiempos de entrega similares, además van en aumento como las encomiendas o fletes a través de transporte “informal”. El Internet también ha contribuido al descenso de la mensajería tradicional.

Obligación con otros países: Puede que tener un convenio con otros Estados mejore la cobertura y precios, pero en algunos casos debido a éstas obligaciones contraídas se debe cumplir con los compromisos adquiridos con estos países que no representan mayor rédito económico.

Dependencia de la ADUANA (SENAE): Si bien “Correos del Ecuador” es el responsable del manejo de la paquetería también se debe tomar en cuenta al ente que regula el ingreso y salida de paquetería, los procedimientos que debe aplicar la Aduana determina e influye mucho en los días que demore un paquete en su entrega ya que existen

procesos de verificación, aforo, revisiones y cobro de impuestos, al mismo tiempo que esto también ha generado molestias ya que los usuarios en algunas ocasiones manifestaron encontrar sus paquetes en mal estado y abiertos de mala manera gracias a estas revisiones.

Aranceles e impuestos a las importaciones: Es claro que la entidad se maneja con sus propias tasas por trámites operativos, una clara amenaza para los usuarios de “Correos” son los aranceles o trabas que el Estado pueda imponer como es el caso de la implementación del sistema 4X4 que frenaron las importaciones en su momento reduciendo los ingresos para esta entidad.

La entidad durante los últimos años ha estado buscando mejorar sus procesos para ser más eficientes y estar a la par de la competencia, cómo lo manifestó el Jefe Provincial de la entidad en Loja, en la actualidad se atraviesa una etapa de transformación, implementando el uso de máquinas clasificadoras para procesar la paquetería internacional que arriba al país, tienen una capacidad de procesamiento de dos mil paquetes por hora, también se recalcó que la función de la entidad es netamente operativa siendo un operador postal que únicamente recepta y entrega paquetería a través de un sistema de encaminamiento nacional a través de postas durante todos los días en el centro de operaciones ubicado en la ciudad de Riobamba, aquí se hace el intercambio de valija que básicamente consiste en clasificar y enviar a su destino, el enfoque actual de la entidad es que este encaminamiento sea diario y sin interrupción.

Para concluir con el análisis realizado se construyó un diagrama de necesidades detectadas gracias a la entrevista realizada al Jefe Provincial de Correos del Ecuador en la Sucursal de Loja.

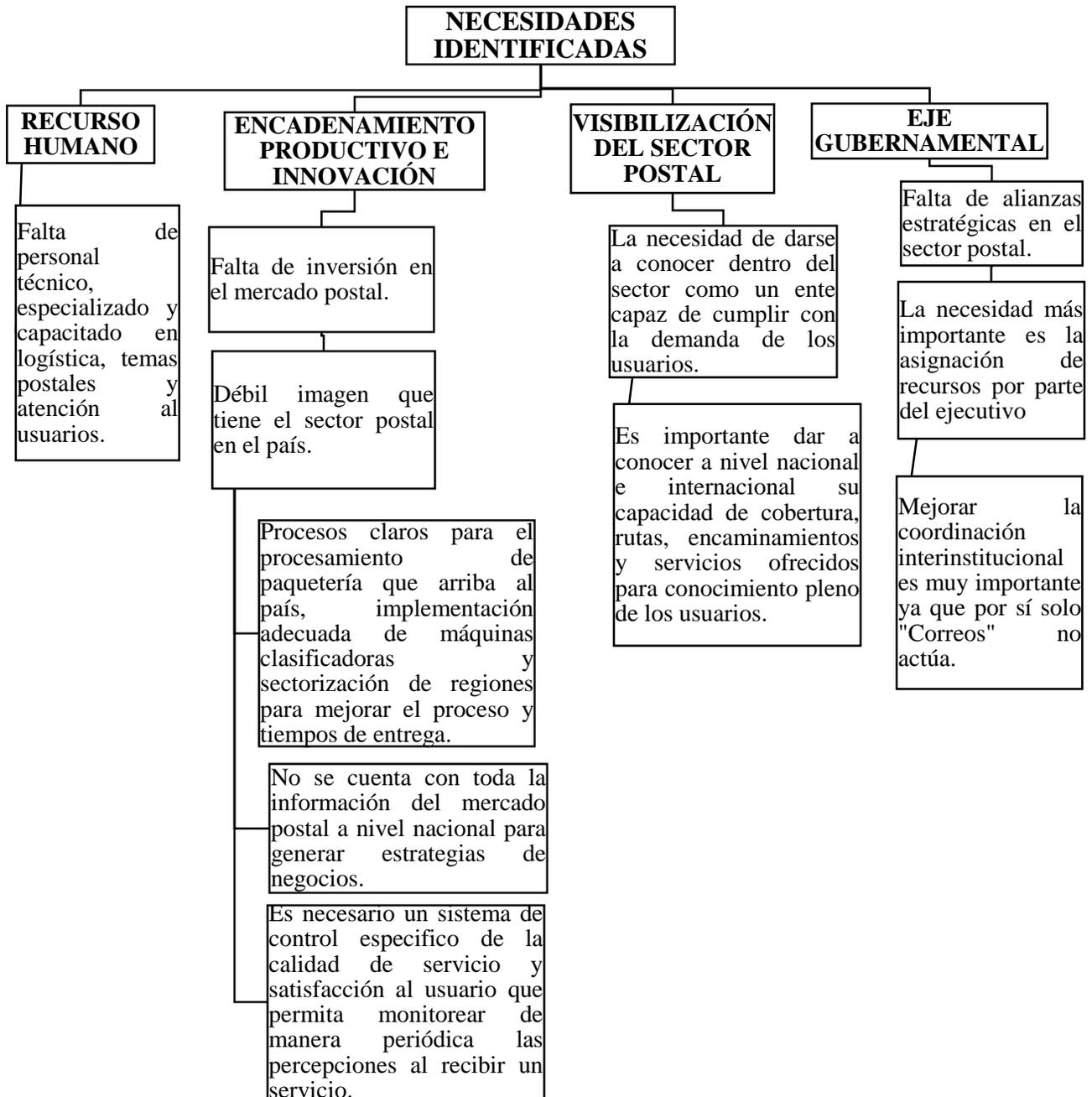


Figura 4: Diagrama de necesidades de "Correos del Ecuador"

Fuente: Entrevista

Elaborado por: El autor

6.2 Variables que inciden en la satisfacción de los servicios que brinda Correos del Ecuador en la ciudad de Loja

Para cumplir con este objetivo se aplicó un cuestionario con 16 variables enfocadas a medir las percepciones de los usuarios cuando acuden a la ventanilla para realizar un trámite o un servicio, esta medición fue posible gracias a la utilización del modelo SERVQUAL y sus 5 dimensiones:

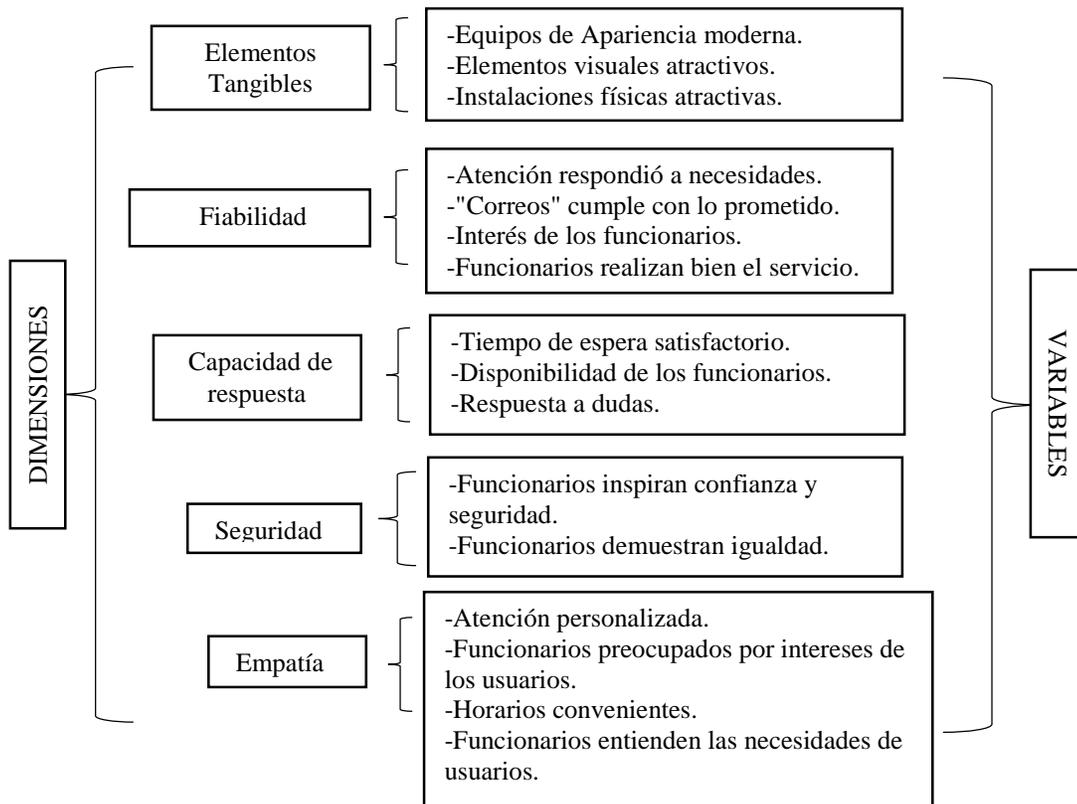


Figura 5: Dimensiones y variables planteadas para la investigación

Fuente: SERVQUAL

Elaborado por: El autor

Éstas dimensiones y con sus respectivas variables facilitaron la medición y determinan cuáles son los puntos más débiles o fuertes que tiene una organización para brindar un

servicio de calidad, en el caso de la Sucursal Loja de “Correos del Ecuador” los resultados son los siguientes:

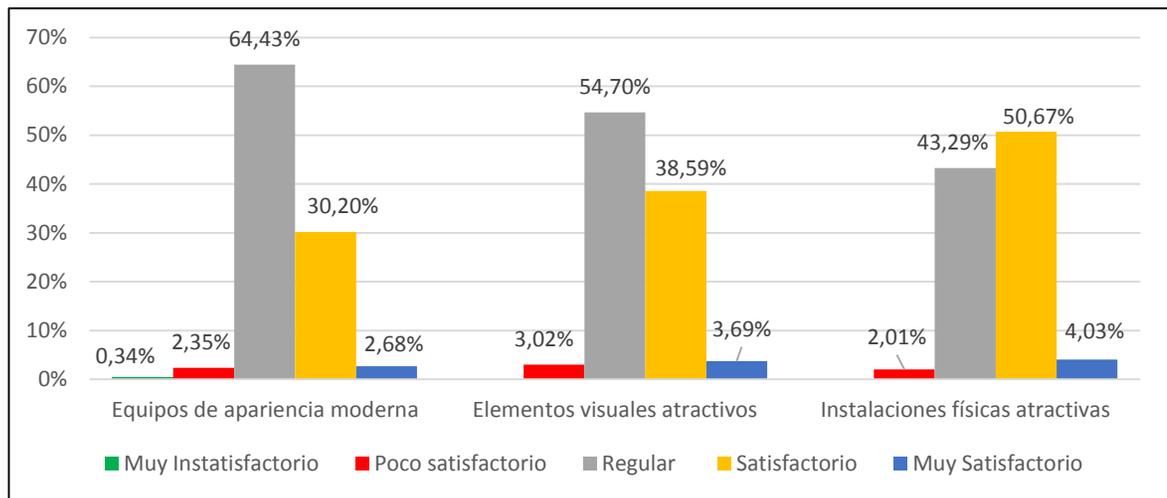


Figura 6: Percepción de los Elementos Tangibles

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La primera dimensión denominada **Elementos Tangibles** fue aquella donde se consultó a los usuarios de “Correos del Ecuador” qué es lo que piensan de aquellos aspectos que se observan cuando van a recibir un servicio en las oficinas; se plantearon tres variables para medir cuál es la que incide de manera positiva para lograr la satisfacción del usuario, siendo la variable de equipos de apariencia moderna la que represento el porcentaje más alto de respuesta **Regular** con un porcentaje de 64,34%; la siguiente variable estudiada son los elementos visuales que tiene la entidad como lo son trípticos, infografías, señaléticas, entre otros, aquí más de la mitad de los encuestados respondieron que les parece **Regular** con un 54,70%; la última variable analizada por los encuestados una vez recibido el servicio fueron las instalaciones físicas en la que se determina que un 50,67% se encontró **Satisfecho** con lo que encontró, relacionándolo a la limpieza y orden.

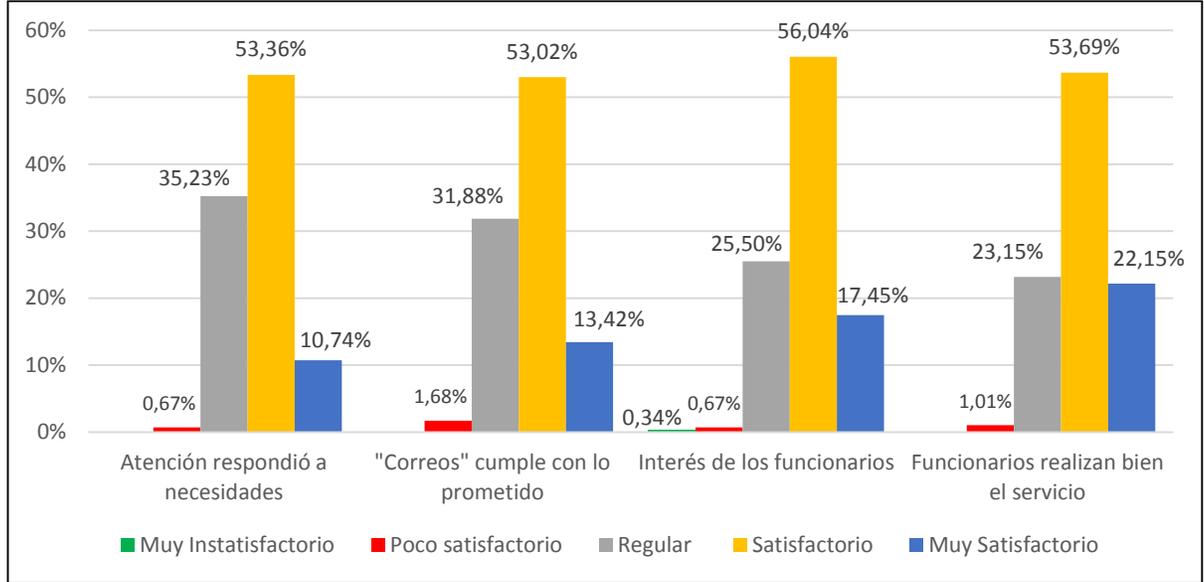


Figura 7: Percepción de Fiabilidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La segunda dimensión medida fue la de **Fiabilidad** que consiste en la habilidad con la que la entidad ejecutó los servicios ofrecidos, constó de cuatro variables siendo la primera aquella con más alto porcentaje de respuestas **Regular** con un 35,23% en la que se manifestó que la atención no respondió a las necesidades de los usuarios; por otra parte la siguiente variable consultó si la entidad ha cumplido con lo prometido como por ejemplo en publicidad u ofertas, en este aspecto el 53,02% expreso estar **Satisfecho**; el interés de los funcionarios por atender a los usuarios fue la siguiente variable planteada, aquí los usuarios manifestaron estar **Satisfechos** con esta variable en un 56,04%; la última variable y cuarta variable de la dimensión, planteo a los encuestados si ellos consideran que los funcionarios realizaron de manera adecuada sus funciones al ejecutar el servicio, la variable planteada presento los mejores resultados de la dimensión ya que se determinó el porcentaje más alto de respuestas **Muy Satisfactorias** con un 22,15%

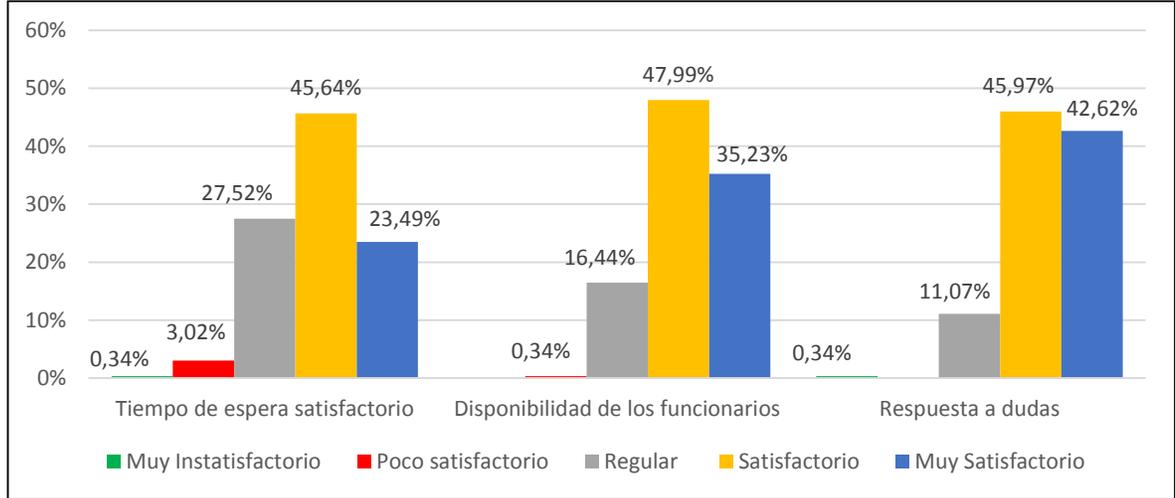


Figura 8: Percepción de Capacidad de Respuesta

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La tercera dimensión correspondió a la **Capacidad de Respuesta** es decir cómo los funcionarios ayudaron y tuvieron disposición para brindar el servicio; la primera variable correspondió a los tiempos de espera que hacen los usuarios para recibir el servicio, aquí se observó la mayor cantidad de respuestas **Regular** en toda la dimensión con un 27,52%, la disponibilidad de los funcionarios para atender correspondió a la siguiente variable donde se determinó que casi la mitad se sintió **Satisfecho** en un porcentaje de 47,99% al tener a los funcionarios prestos para cumplir con sus tareas; la tercera variable planteada consulto la percepción de los usuarios con respecto a las respuestas que brindaron los funcionarios a sus dudas, siendo aquí donde se obtuvo la respuesta más representativa entre todas las variables a lo que **Muy Satisfactorio** respecta con un porcentaje de 42,62%.

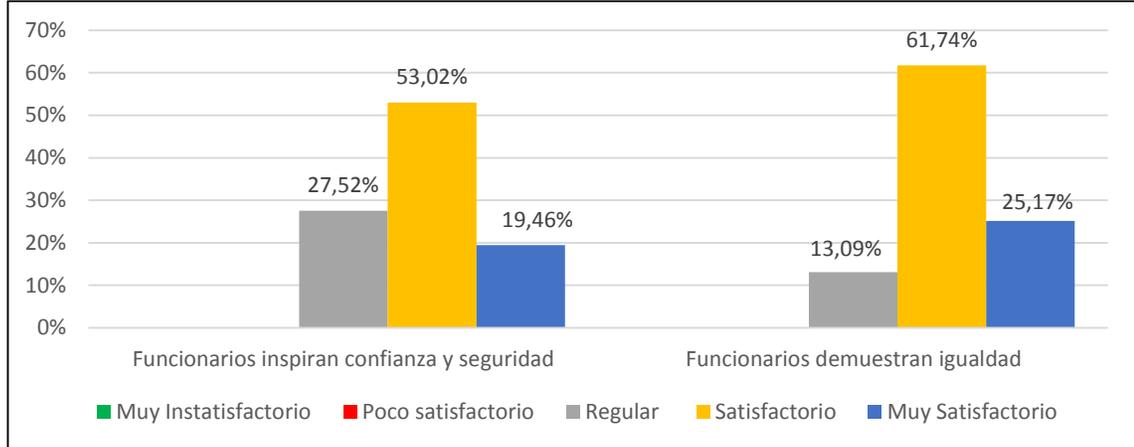


Figura 9: Percepción de Seguridad

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

Es importante que un funcionario público esté capacitado para brindar un buen servicio, con esto se logra ganar la confianza de los usuarios y demuestra que posee las habilidades que su cargo representa, a estas características se le denomina dimensión de **Seguridad**, aquí se plantearon dos variables, siendo la primera consulta para los usuarios cual fue su percepción respecto de los funcionarios en lo que a inspirarle confianza y seguridad se trataba, aquí la mas de la mitad respondió que fue **Satisfactorio** con un 53,02%, pero además tuvo la mayor respuesta **Regular** con un 27,52% entre todas las variables de la dimensión; en consecuencia la variable planteada para los encuestados donde calificaron si los funcionarios demostraron igualdad para todos los usuarios al atenderlos fue la que obtuvo el mejor porcentaje de respuesta **Satisfactorio** con un 61,74% y **Muy Satisfactorio** 25,17%.

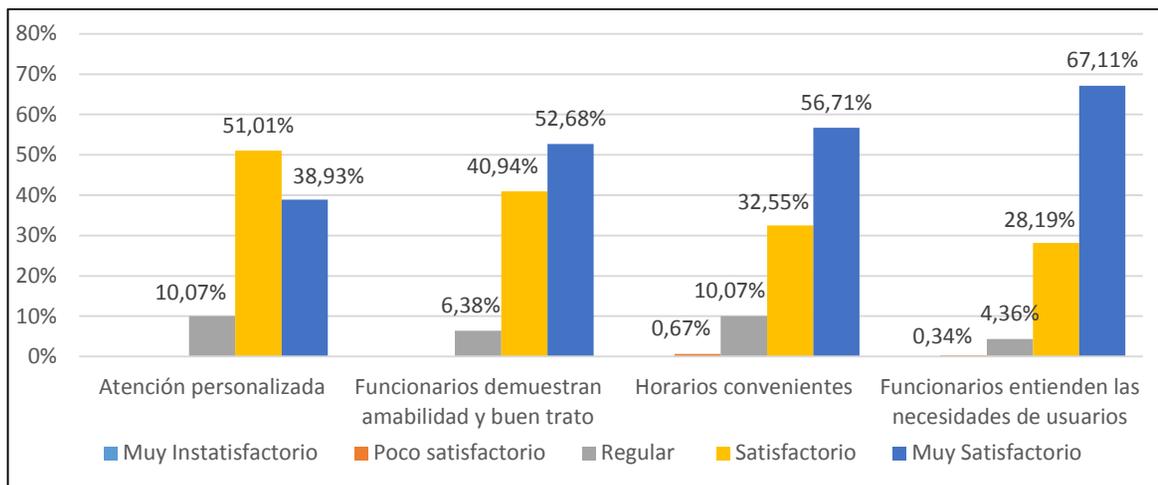


Figura 10: Percepción de Empatía

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La tendencia en los mercados tanto privados como públicos es mejorar sus productos y servicios, como parte de esta visión es obvio que la atención individualizada sea primordial ya que es irrelevante producir el mejor bien o servicio si cuando se lo entrega todo se desmorona por una mala atención; la quinta y última dimensión denominada **Empatía** evaluó a estos aspectos en base a cuatro variables, la primera de ellas se relacionó al trato personalizado que ofrecieron los funcionarios a los usuarios siendo la que mayor porcentaje de respuesta **Satisfactoria** presentó con un 51,01%; la siguiente variable consultó si los funcionarios demostraron un trato amable al brindar el servicio en la que el porcentaje de respuestas **Muy Satisfactorias** alcanzo un 52,68%; por consiguiente la tercera variable se relacionó a la percepción de los horarios de atención y si estos les parecieron adecuados a los encuestados, donde el 56,71% manifestó que es **Muy Satisfactorio**, pero también posee uno de los porcentajes más altos de respuesta **Regular** con un 10,07%; finalmente la cuarta y última variable planteada fue si los

usuarios consideraron que los funcionarios entendieron sus necesidades, aquí se determinó el mayor porcentaje de todas las variables en lo que a respuestas **Muy Satisfactorias** se refiere siendo el porcentaje de 67,11%.

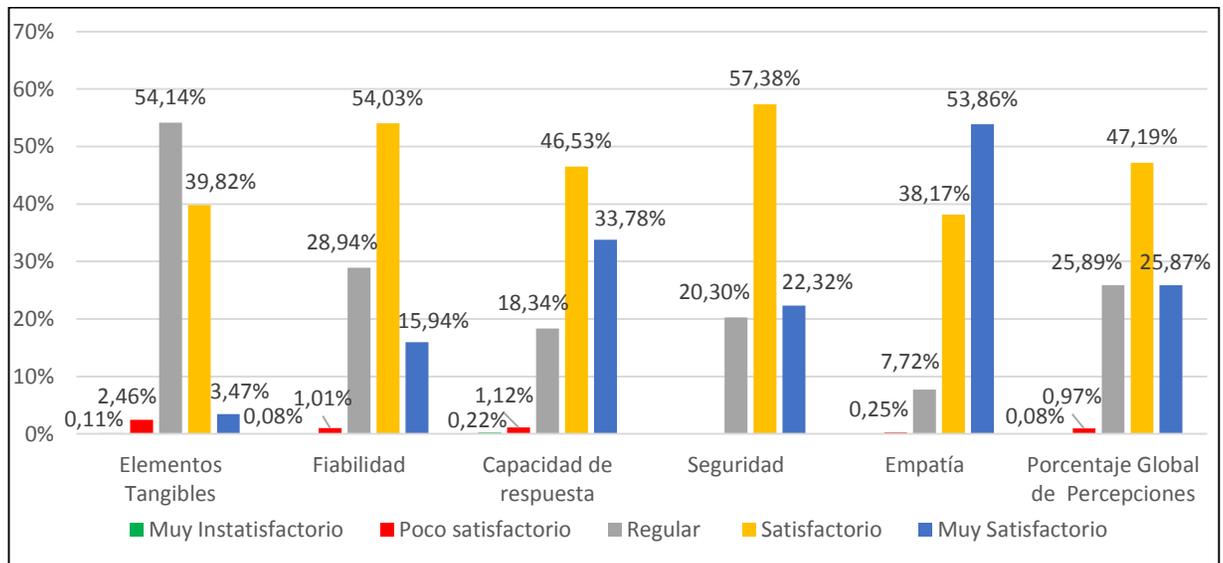


Figura 11: Percepciones globales por dimensión

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

Los porcentajes globales que arrojaron las percepciones de los usuarios una vez que hicieron uso de los servicios de “Correos del Ecuador” permitió obtener los resultados para generar comparaciones entre dimensiones, siendo la dimensión de **Elementos Tangibles** la que posee el porcentaje más alto en lo que a respuestas Regular se refiere con un 54,14%; la dimensión de **Fiabilidad** destaca en sus resultados un 54,03% de respuestas Satisfactorias; la tercera dimensión correspondió a **Capacidad de Respuesta** donde destaca un 46,53% de respuestas **Satisfactorias**; en consiguiente la cuarta dimensión fue **Seguridad** en la que se observó el mayor porcentaje entre todas las dimensiones, de respuestas Satisfactorias; finalmente la que presento mayor porcentaje de

respuestas Muy Satisfactorias fue la última dimensión correspondiente a **Empatía** con un 53,86%. De manera global se muestran los resultados en la siguiente tabla:

Tabla 10
Promedio de respuestas de percepciones de cada variable por dimensión

DIMENSIONES	VARIABLES				PUNTAJE
Elementos Tangibles	Equipos de Apariencia moderna		Elementos visuales atractivos	Instalaciones físicas atractivas	3.44
	3.32		3.43	3.56	
Fiabilidad	Atención respondió a necesidades	"Correos" cumple con lo prometido	Interés de los funcionarios	Funcionarios realizan bien el servicio	3.83
	3.72	3.77	3.88	3.96	
Capacidad de respuesta	Tiempo de espera satisfactorio		Disponibilidad de los funcionarios	Respuesta a dudas	4.12
	3.88		4.18	4.30	
Seguridad	Funcionarios inspiran confianza y seguridad		Funcionarios demuestran igualdad		4.01
	3.91		4.12		
Empatía	Atención personalizada	Funcionarios preocupados por intereses de los usuarios	Horarios convenientes	Funcionarios entienden las necesidades de usuarios	4.46
	4.28	4.46	4.46	4.62	
Promedio general					3.97
Índice en escala de Likert					79,44%
Rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala de Likert					Satisfecho

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

En la tabla 10 se observa la calificación promediada que le dieron los 298 encuestados a cada variable, estos puntajes ya están promediados, tomando en cuenta que la escala de Likert usada planteó 5 opciones como se muestra en la tabla 5 de percepciones, siendo 1 Nada Satisfactorio, 2 Poco Satisfactorio, 3 Regular, 4 Satisfactorio, 5 Muy Satisfactorio.

En la tabla se observa que el puntaje general por cada una de las dimensiones que de manera global y promediando entre sí los resultados de las cinco dimensiones evaluadas establece que el promedio final es de 3.97, que equivale a un porcentaje de 79,44% lo que determinó que existe un rango de percepción ponderado de **SATISFECHO**.

6.3 Expectativas que tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal

Las expectativas son un elemento importante a medir en el modelo SERVQUAL, según lo afirma el autor Kloter (1989) "es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas", por esta razón se consideró importante medirlas. En algunas investigaciones se presume que las expectativas serán siempre el máximo, en este caso se las ha medido con la finalidad de obtener resultados veraces que permitan obtener una mejor comprensión y comparación de las percepciones que son el punto más importante del estudio, la medición de las expectativas se las hizo con un enfoque diferente en las preguntas con lo que el usuario encuestado le asignaba un grado de importancia a cada variable siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante en una escala de Likert de 1 al 5, arrojando resultados para un análisis por cada dimensión.

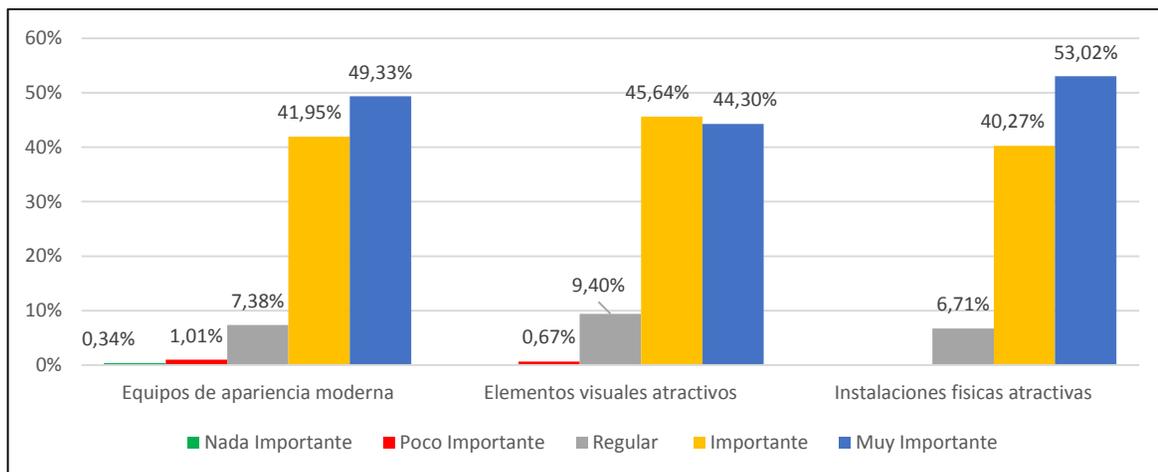


Figura 12: Expectativas de Elementos Tangibles

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

Se logró determinar que las expectativas de los usuarios en lo que tiene que ver con aquellos **Elementos Tangibles** y sus tres variables plateadas, son bastante importantes y representativas, esto influenciado por la imagen que transmiten empresas del sector privado como pudieron manifestar algunos encuestados, además de tratarse de una entidad pública la exigencia por parte de los usuarios es más fuerte. La primera variable correspondió a los equipos de apariencia moderna, aquí se presentó el índice de respuesta más alto entre todas las variables en las respuestas de **Poco Importante** con 1,01% y 0,34% de respuestas **Nada Importante**; la segunda variable fueron los elementos visuales como afiches, trípticos, entre otros, donde la respuesta **Regular** es la que mayor índice presentó entre las tres variables con un porcentaje de 9,40% y también posee el porcentaje más representativo de respuesta **Importante** con 45,64%; finalmente la variable en la que hubo mayor porcentaje de respuestas **Muy Importante** fue la que correspondió a las instalaciones físicas, su aseo y orden, que para los encuestados es de 53,02%.

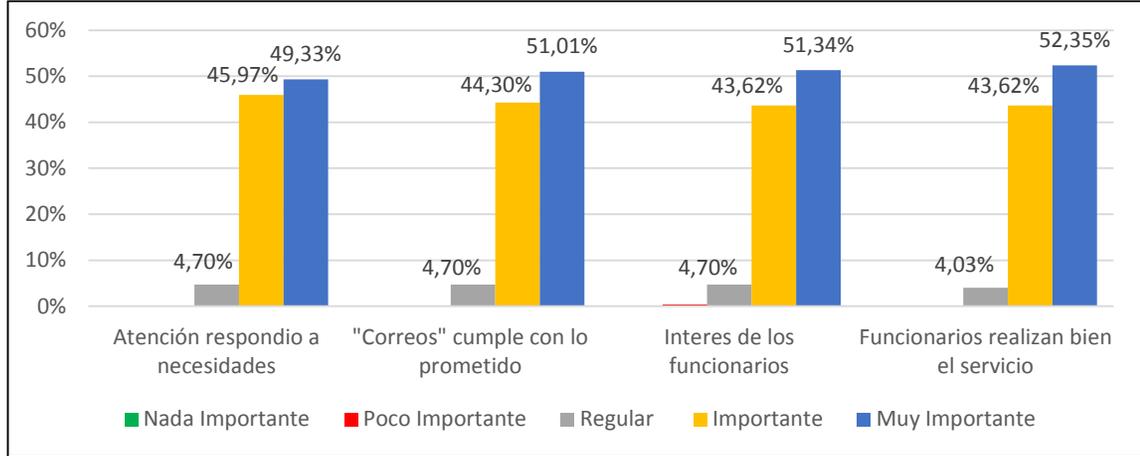


Figura 13: Expectativas de Fiabilidad

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La **Fiabilidad** fue la segunda dimensión estudiada, que constó de cuatro variables en las que se puso a prueba la capacidad de la organización para poder cumplir de manera adecuada sus funciones, siendo la primera variable en la que se consultó a los encuestados la importancia de una atención por parte de los funcionarios acorde a las necesidades de cada usuario, aquí el porcentaje más alto de la variable lo posee la respuesta **Muy Importante** con un 49,33%, además aquí se presentó el mayor porcentaje de respuesta **Importante** entre todas las variables con un 45,97%; la segunda variable consultó la importancia que la entidad cumpla con lo que ofrece a través de medios de comunicación, publicad, entre otros, aquí más de la mitad considera que es **Muy Importante** con un 51,01%; la tercera variable expresada por los encuestados tuvo un porcentaje de 51,34% en respuestas **Muy Importante** respecto del interés que esperar recibir de los funcionarios cuando brinden un servicio; un porcentaje de encuestados del 52,35% manifestó que también es **Muy Importante** que los funcionarios realicen bien el servicio que ofrecen.

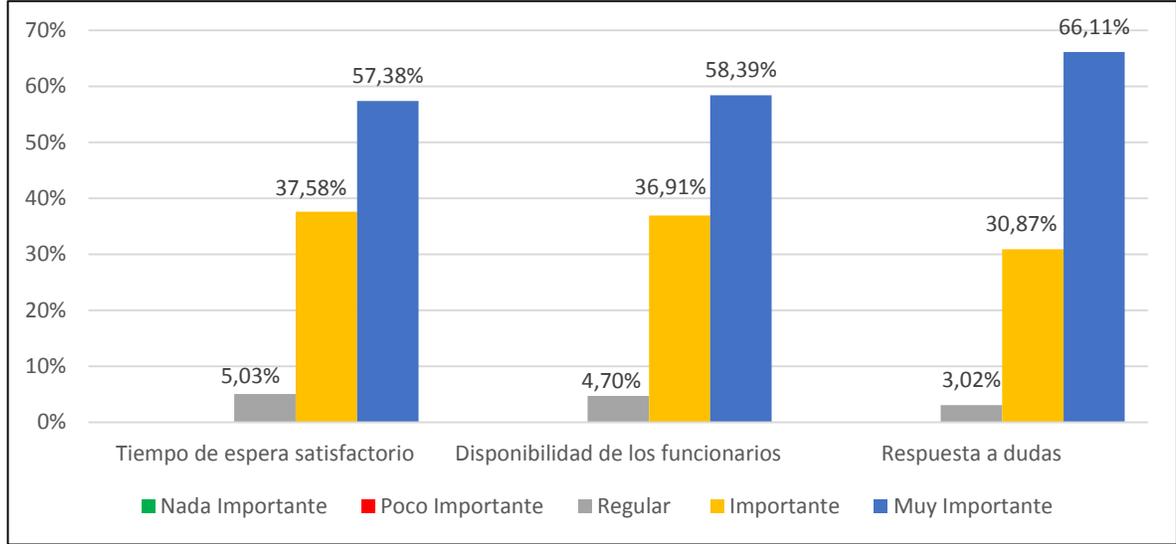


Figura 14: Expectativas de Capacidad de Respuesta

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La dimensión que corresponde a la **Capacidad de Respuesta**, comprendió la predisposición de los funcionarios para brindar un buen servicio y ayudar al usuario en lo que requiera, aquí se plantearon tres variables; en consecuencia la primera variable correspondió a medir las expectativas de los usuarios respecto a los tiempos de espera en el que se destaca el mayor porcentaje entre todas las variables a lo que respuestas **Importante** se refiere con un 37,58%; la segunda variable planteada consultó la importancia de funcionarios disponibles en el lugar y momento para atender, aquí la mayoría respondió **Muy Importante** en un 58,39%; la última variable correspondió a las expectativas de los usuarios de encontrar funcionarios que puedan responder sus inquietudes, aquí se observó el mayor porcentaje de respuesta **Muy Importante** de toda la dimensión siendo el porcentaje de 66,11%.

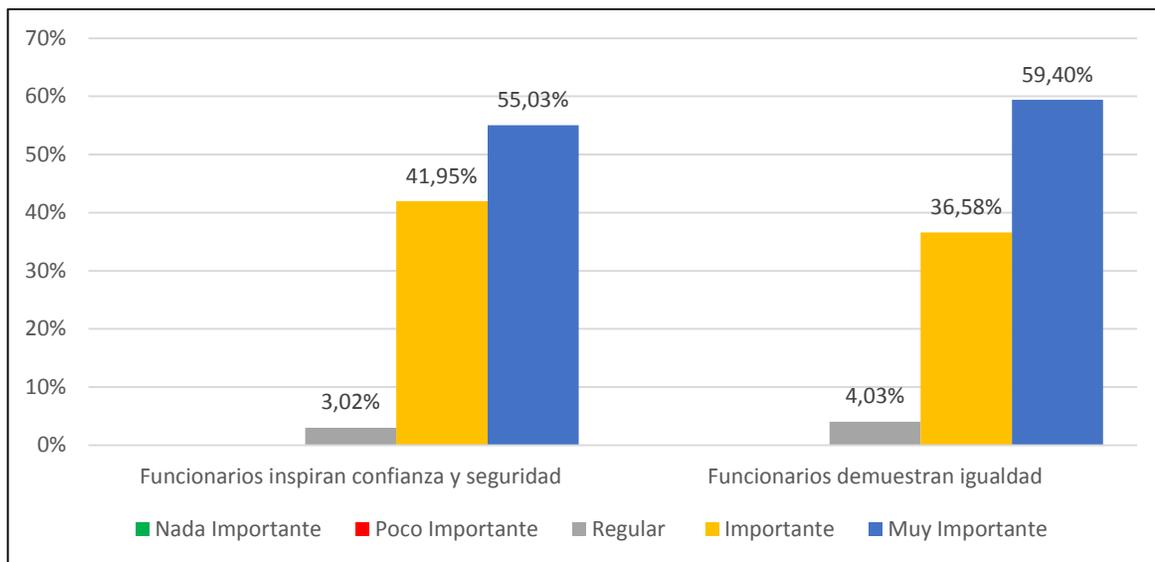


Figura 15: Expectativas de Seguridad

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La cuarta dimensión corresponde a **Seguridad** con dos variables, aquí las expectativas de los usuarios se enfocan a que tan confiable esperan que sea la organización para poder hacer un trabajo que demuestre un personal capacitado que cumpla bien sus funciones; en la primera variable presentada se observó el mayor porcentaje de respuesta **Importante** con un 41,95% de encuestados que esperan ser tratados por funcionarios que inspiren seguridad y transmitan confianza para realizar sus trámites; por consiguiente la segunda variable planteada consultó si el usuario espera que los funcionarios demuestren igualdad para atender a todas las personas que acuden a las instalaciones a hacer uso de un servicio, aquí se determinó el porcentaje más alto de toda la dimensión con el 59,40% para la opción **Muy Importante**.

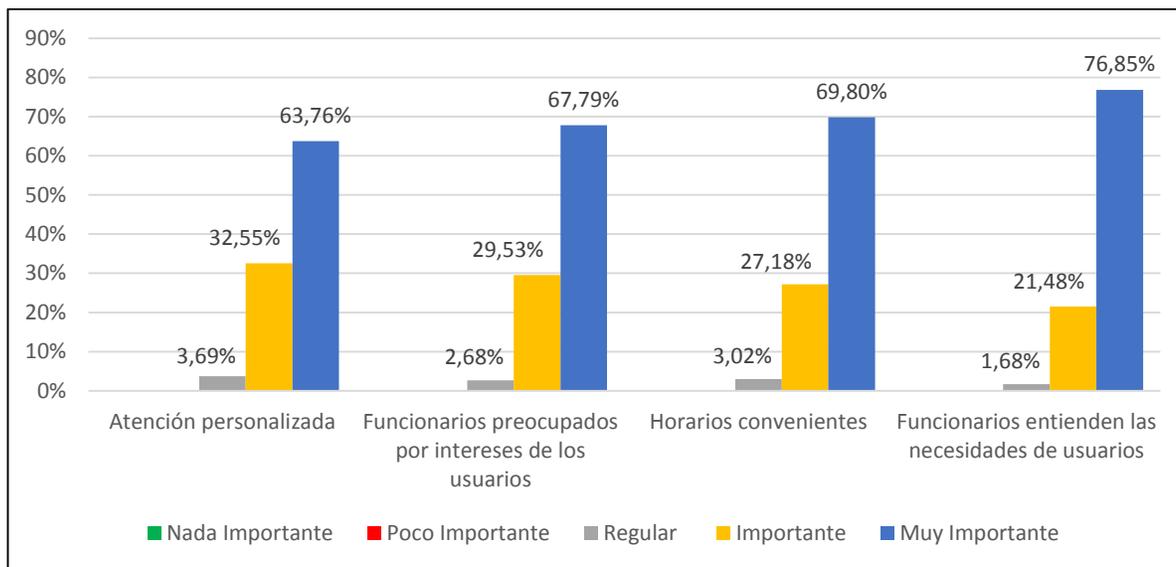


Figura 16: Expectativas de Empatía

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

Finalmente se consultó que tan importante es para las expectativas de los usuarios de “Correos del Ecuador” que la atención sea amable y personalizada, a esta dimensión se denomina **Empatía**, se plantearon cuatro variables, siendo la primera de ellas en la que se consultó que tanto los usuarios esperan una atención personalizada, donde la mayoría con un 63,76% respondió que sería **Muy Importante**; la segunda variable planteo si los usuarios esperan que los funcionarios demuestren preocupación e interés los interés de los usuarios, el 67,79% respondió que esto sería **Muy Importante**; la tercera variable fue respecto a los horarios de atención, en este aspecto la mayoría lo considero como algo **Muy Importante** con un 69,80%; finalmente la cuarta variable correspondió a la importancia que le dan los usuarios a funcionarios públicos empáticos que comprendan las necesidades que requieren y por las que están pasando los usuarios, aquí se observa el mayor porcentaje de respuesta de toda la dimensión de manera general con un 76,85% atribuido a la respuesta **Muy Importante**.

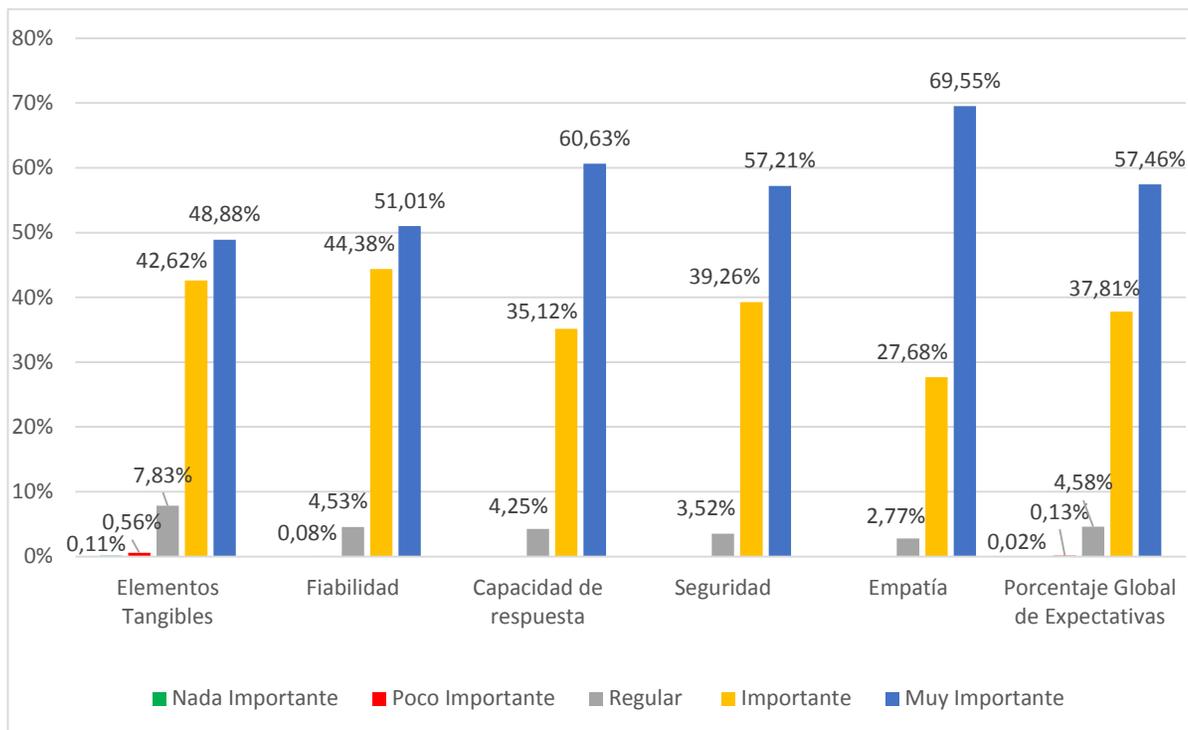


Figura 17: Expectativas Globales por Dimensiones

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

De manera general los resultados arrojados corresponden a un porcentaje elevado de expectativas en todas las dimensiones y variables, siendo la primera dimensión de **Elementos Tangibles** la obtuvo el porcentaje más alto de respuesta Regular con un 7,83%; respecto a la segunda dimensión de **Fiabilidad** aquí se observó el mayor porcentaje de todas las dimensiones en lo que a respuestas Importante se dieron con un 44,38%; la tercera dimensión correspondió a **Capacidad de Respuestas** donde destaca su porcentaje de respuesta Muy Importante con un 60,63%; la cuarta dimensión fue **Seguridad** que presentó su mayor porcentaje en las respuestas Muy Importante con un 57,21%; la dimensión de **Empatía** presentó el mayor porcentaje de respuestas **Muy Importante** de manera global con un porcentaje de 69,55%.

A continuación se muestran los resultados de los puntajes globales en la siguiente tabla:

Tabla 11

Promedio de respuestas en expectativas de cada variable por dimensión

DIMENSIONES	VARIABLES				PUNTAJE
Elementos Tangibles	Equipos de Apariencia moderna		Elementos visuales atractivos	Instalaciones físicas atractivas	4.39
	4.39		4.33	4.46	
Fiabilidad	Atención respondió a necesidades	"Correos" cumple con lo prometido	Interés de los funcionarios	Funcionarios realizan bien el servicio	4.46
	4.44	4.46	4.45	4.49	
Capacidad de respuesta	Tiempo de espera satisfactorio		Disponibilidad de los funcionarios	Respuesta a dudas	4.56
	4.52		4.53	4.63	
Seguridad	Funcionarios inspiran confianza y seguridad		Funcionarios demuestran igualdad		4.54
	4.52		4.56		
Empatía	Atención personalizada	Funcionarios preocupados por intereses de los usuarios	Horarios convenientes	Funcionarios entienden las necesidades de usuarios	4.67
	4.60	4.65	4.67	4.75	
Promedio general					4.52
Índice en escala de Likert					90.47%
Rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala de Likert					Muy importante

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

En la tabla 11 se observa el resultado general por cada una de las dimensiones, siendo la primera que consiste en los Elementos Tangibles aquella que tiene el promedio más bajo con 4.39 y la que tiene el promedio más alto es la quinta que corresponde a Empatía con 4.67; de manera global y promediando entre sí los resultados de las cinco dimensiones evaluadas establece que el promedio final es de 4.52, lo que equivale a un porcentaje de

90.47% que determinaría que existe un rango global de expectativas **MUY IMPORTANTE**.

6.4 Nivel de Satisfacción de los usuarios de la Empresa Pública Correos del Ecuador

El modelo SERVQUAL permitió obtener un indicador final que determinó la diferencia entre percepciones-expectativas; gracias a esto se obtuvo las brechas o GAP's, de esta manera completando todo el análisis multidimensional que demanda el modelo SERVQUAL para obtener la validez requerida y hacer el análisis cuantitativo que representó el nivel de calidad percibida gracias al Índice de Calidad en el Servicio (ICS) para cada dimensión, a partir de las variables que las integran para efecto de comparación, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula: $ICS = (Percepciones - Expectativas)$

Tabla 12
Brechas entre percepciones y expectativas

#	Variabes	Percepciones	Expectativas	ICS
1	Equipos de apariencia moderna	3,33	4,39	-1,06
2	Elementos visuales atractivos	3,43	4,34	-0,90
3	Instalaciones físicas atractivas	3,57	4,46	-0,89
4	Atención respondió a necesidades	3,74	4,45	-0,71
5	"Correos" cumple con lo prometido	3,78	4,46	-0,68
6	Interés de los funcionarios	3,89	4,46	-0,57
7	Funcionarios realizan bien el servicio	3,97	4,48	-0,51
8	Tiempo de espera satisfactorio	3,89	4,52	-0,64
9	Disponibilidad de los funcionarios	4,18	4,54	-0,36

10	Respuesta a dudas	4,31	4,63	-0,32
11	Funcionarios inspiran confianza y seguridad	3,91	4,52	-0,61
12	Funcionarios demuestran igualdad	4,12	4,55	-0,43
13	Atención personalizada	4,28	4,60	-0,32
14	Funcionarios preocupados por intereses de los usuarios	4,46	4,65	-0,19
15	Horarios convenientes	4,45	4,67	-0,21
16	Funcionarios entienden las necesidades de usuarios	4,62	4,75	-0,13

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

Entre las 16 variables planteadas se determinó que la brecha más representativa es -1,06 donde las percepciones estuvieron por debajo de las expectativas, ya que los equipos no tienen la apariencia moderna esperada por los usuarios, dentro de esta dimensión los resultados de sus tres variables son los que representan las brechas más grandes.

La variable que presenta la menor brecha y por ende es la que presenta la mejor percepción generada en los usuarios se refiere a la habilidad de los funcionarios públicos para entender las necesidades de los usuarios con un valor de -0,13 que es el más cerca a igualar las expectativas de los usuarios, con esto se demostraría que las percepciones son muy buenas en lo que respecta al trato individualizado.

Por último se calculó el Índice Global de la Calidad en el servicio, usando el promedio de respuestas obtenidas tanto en expectativas como percepciones por cada una de las cinco dimensiones.

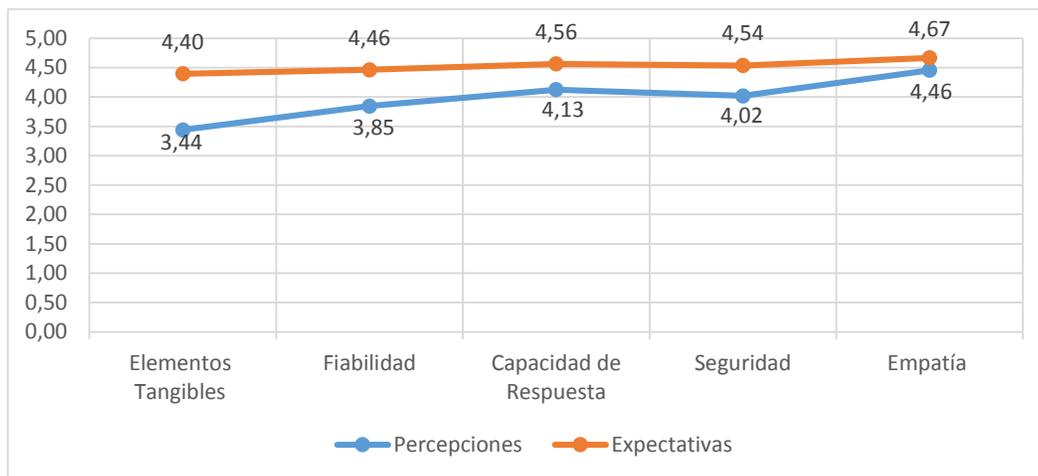


Figura 18: Puntaje del índice de calidad entre las percepciones y expectativas

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

La figura 18 muestra las diferencias existentes entre el promedio de las expectativas y percepciones de las cinco dimensiones (véase tabla 10 y tabla 11), en la que se observa que la brecha más pequeña tiene la dimensión de Empatía y las más grande se encuentra en la dimensión de Elementos Tangibles, esto permitió hacer en lo posterior el análisis cuantitativo de brechas que demanda el modelo SERVQUAL.

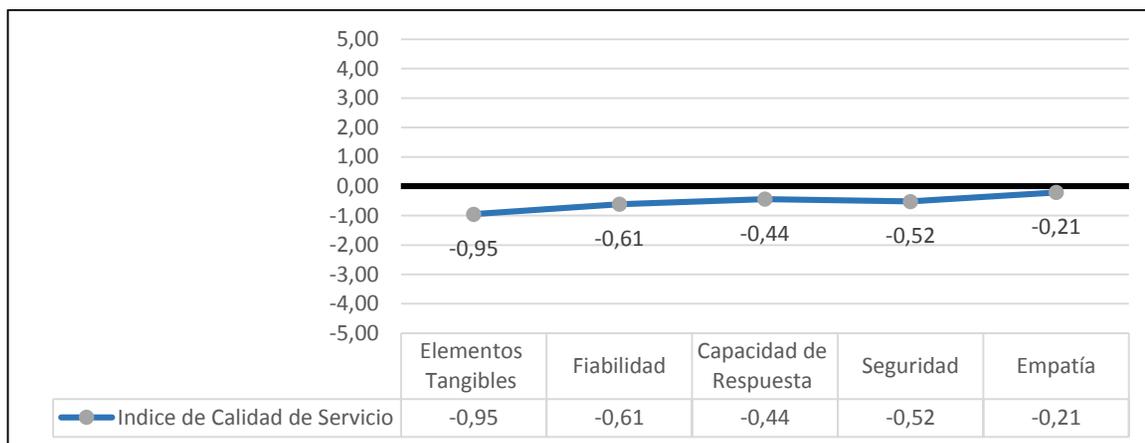


Figura 19: Satisfacción de los usuarios y brechas gracias a la calidad de servicio

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019

Elaborado por: El autor

El resultado final de la investigación presenta en la figura 19, donde se observa un ICS en la dimensión de Empatía de -0.21 que refleja la brecha más pequeña entre las percepciones y expectativas de todas las dimensiones presentadas.

Tabla 13
Índice Global de Calidad Servicio

	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
Expectativas	4.39	4.46	4.56	4.54	4.67
Percepciones	3.44	3.85	4.13	4.02	4.46
Índice de Calidad de Servicio	-0.95	-0.61	-0.44	-0.52	-0.21
Promedio Global ICS	-0.55				

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de "Correos del Ecuador", 2019
Elaborado por: El autor

La tabla 13 representa lo que determina el modelo SERVQUAL, mientras el índice sea más cercano al número 0 o lo supere, significará que las percepciones de los usuarios fueron mejores que las expectativas, por ende la satisfacción será alta; en el caso de la presente investigación la dimensión de Empatía engloba la menor brecha y por ende la que presenta la mayor satisfacción para los usuarios con el servicio recibido; finalmente se obtiene el ICS promedio global de -0.55 entre las cinco dimensiones, esto representa el resultado final para demostrar la brecha negativa entre la percepción con el servicio brindado y la expectativa de los usuarios antes de usarlo.

7. DISCUSIÓN

7.1 Identificación de necesidades de Correos del Ecuador para ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios

El primer objetivo de la presente investigación tuvo como fin identificar las necesidades y problemas que la entidad enfrenta actualmente y que repercuten directamente con la calidad de servicio brindado, el caso de “Correos del Ecuador” es el reflejo de la necesidad de fortalecer los servicios públicos en la búsqueda de la calidad, calidez, eficacia y eficiencia.

Según entrevistas aplicadas a la máxima autoridad de la entidad en la Sucursal de Loja, uno de los principales problemas son la falta de recursos económicos, ya que serían aproximadamente cuatro años que la entidad no recibe los recursos financieros necesarios por parte del gobierno central para cumplir adecuadamente su funciones como lo es la capacitación del personal o mejoramiento de infraestructura y aumentar o renovar su flota vehicular ya que actualmente cuenta con 4 unidades que ya han cumplido con los 5 años de vida útil, por ende la calidad de servicio se puede ver afectada al no lograr cumplir con las rutas y plazos de entrega por desperfectos mecánicos, además según la información recolectada lo ideal sería que mínimo se incorpore una unidad más de transporte para cumplir de manera eficiente con las entregas y retiros; con esto se ha visto la necesidad de fortalecer la autogestión que en este mismo momento es fuente principal de ingresos, autogestión que se refleja en los diferentes convenios con entidades públicas y privadas como es el caso del transporte con cooperativas de transporte para mejorar las alianzas

estratégicas, de la mano con otras empresas públicas como TAME para mejorar los tiempos de entrega, sin dejar de lado las posibles alianzas que pueden darse y en las que se está trabajando para ayudar en procesos operativos donde la academia puede apoyar con estudios y proyectos de mejora; la entidad actualmente cuenta con un personal a nivel nacional de 1189 personas, donde cerca de mil son quienes hacen toda la parte operativa y logística, esto es similar a lo que tiene el sector privado a nivel nacional lo que repercute en los servicios de EMS, Correo Certificado; en el caso de la ciudad de Loja actualmente laboran 20 funcionarios públicos de los cuales 10 son obreros o quienes realizan la parte operativa como carteros y gestores de mercancías; siendo necesaria la incorporación de más personal para mejorar los procesos en especial a lo que es ventanilla y atención al usuario en la que durante ciertas horas del día no es posible dar abasto a todas las solicitudes de los usuarios.

Una de las debilidades más notorias y que repercute no solo con la satisfacción de los usuarios sino con la imagen institucional es la demora de paquetería, a inicios del año 2018 la demora era de hasta seis meses, la promesa de valor de “Correos” es que la entrega no debería durar más de 20 días gracias a la implementación de plataformas como el “Avísalo” pero no se ha logrado cumplir por la falta de operatividad en los procesos de clasificación, encaminamiento y articulación con la aduana para agilizar los tiempos, esto se intentara mitigar un poco con la implementación de una herramienta para la entrega de paquetería por parte de los carteros, varios usuarios expresaron su malestar debido a que no se están cumpliendo los tiempos que la entidad ha prometido gracias a la implementación de máquinas clasificadoras que hasta hace poco llevaban años sin estar

operativas, según manifestó en la entrevista aplicada el Jefe Provincial en Loja, actualmente se están despachando los paquetes rezagados que pudieran llegar a diez millones en bodegas desde 2016, esto comprende la dimensión de fiabilidad que es la más importante y crítica en un organización según estudios de (Berry & Parasuraman, 1991) se debe fortalecer en todas las organizaciones ya que los usuarios pueden ver el compromiso y capacidad para cumplir lo prometido, mejorando notablemente la imagen institucional.

La Sucursal de Loja actualmente para la atención en ventanilla cuenta con dos funcionarios lo que en ciertos momentos del día y especialmente en la tarde, gracias a la observación directa se constató que puede llegar a ser insuficiente ya que en algunos casos los usuarios pueden esperar hasta 15 minutos o más en la cola, que según (Fretell, 2018) cuando los clientes esperan en una cola para recibir un servicios, están pagando un coste, en tiempo, más alto del que esperaban, las largas líneas de espera también son costosas para la empresa ya que producen la pérdida de prestigio y pérdida de clientes.

La situación de “Correos” ha mejorado pero sigue enfrentando problemas como la necesidad de renovar su flota vehicular, mejorar sus instalaciones físicas o contratar más personal ya que a nivel nacional hay una tendencia del sector público a reducir su tamaño, sin tomar en cuenta por supuesto la posibilidad de una privatización.

7.2 Definir las variables que inciden en la satisfacción de los servicios que brinda

“Correos del Ecuador en la ciudad de Loja”.

Con el fin de dar cumplimiento al segundo objetivo específico, se midieron las percepciones mediante la aplicación de encuestas a los usuarios de “Correos del Ecuador” en la Sucursal de Loja que acudieron a hacer uso de los servicios, para eso hay que definir claramente cuáles fueron las dimensiones pero sobre todo las variables que más incidieron en la satisfacción de quienes hicieron uso del servicio, siendo la variable de instalaciones físicas atractivas, limpias y ordenadas las que más relevancia tuvieron dentro de la dimensión de Elementos Tangibles con un 50,67%; la siguiente variable correspondió a los funcionarios y su habilidad para ejecutar el servicio de manera adecuada con un 53,69%, esto dentro de la dimensión de Fiabilidad; la tercera variable que más incidió fue la disponibilidad de los funcionarios para atender en la que la que el 47,99% de usuarios vio de buena manera la atención brindada, esto correspondiente a la dimensión de Capacidad de Respuesta, si los funcionarios demostraron igualdad para todos los usuarios fue la cuarta variable más destacable de la cuarta dimensión correspondiente a Seguridad; finalmente la quinta variable fue la que correspondió al trato empático y cordial por parte de los funcionarios con los usuarios en el que 67,11% de los usuarios tuvo una buena percepción del servicio, esta variable corresponde a la quinta y última dimensión denominada Empatía.

Es importante comprender que en este objetivo se determinaron percepciones por lo que el siguiente concepto mejorará la comprensión de la discusión:

“(…) un proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para entender el mundo en forma coherente y con significado (...), estos estímulos físicos provienen del medio externo, referente a lo que se ve, huele, escucha, degusta o toca del mundo exterior, pero también provienen del mismo individuo, como ciertas predisposiciones genéticas, motivos o aprendizajes basados en la experiencia previa.”
Baptista, León, & Mora (2010)

Gracias al Modelo SERVQUAL se determinó que la quinta dimensión correspondiente a **Empatía** posee las variables que más influyeron en la satisfacción, ya que aquí se obtuvo el promedio global más alto entre todas las dimensiones con un 53,86% correspondiente al máximo número de usuarios que calificaron de mejor forma esta dimensión, según Parasuraman (1985) esta dimensión es procurar que el cliente tenga una atención individualizada, hacerlo sentir especial y único, lo que genera una buena comunicación con el funcionario que presta el servicio a la vez que logra que el prestador del servicio conozca mejor el comportamiento, necesidades y perfil de sus clientes; la variable antes mencionada en la dimensión de Empatía fue la mayor de todas las 16 planteadas en la con el 67.11%, lo que demuestra que hay buena capacidad de los funcionarios para establecer ese vínculo que menciona el autor Parasuraman para brindar un buen trato, sin embargo en relación a las expectativas no logró superar las expectativas con una diferencia de 9.74%; es necesario acotar que aquí se puede denotar una calidad de servicio que responde al concepto que formuló en el autor Feigenbaum (1983) "La calidad del producto se puede definir como la combinación de las características del producto o servicio de la ingeniería y la producción que determinan el grado en que el producto o servicio en uso satisfaga las

expectativas del cliente”; sin duda la calidad de servicio se basa mucho en el trato individualizado siendo éste es el punto fuerte ya que los usuarios sienten ser tratados por un personal cortés, lo que se aproxima al concepto de empatía que manifiesta Oliva (2005), que es ofrecer a los clientes atención personalizada, no siendo solamente cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte implícita de la empatía y la seguridad, requiriendo un fuerte compromiso e implicación con el cliente por parte del funcionario, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos.

La dimensión de **Elementos Tangibles** es la que menos aportó para que los usuarios se sientan satisfechos, ya que las percepciones de las variables aquí son las más bajas al no sentirse un espacio físico adecuado que tenga equipos de apariencia moderna y con elementos visuales e informativos atractivos, la respuesta global en todas estas variables es Regular con un 54.14%, si bien es un elemento que para algunos expertos no es el más importante, los usuarios demandan mejoras ya que es muy fácil hacer una comparativa con otras entidades públicas o simplemente con la competencia del sector privado.

Los usuarios son conscientes de la situación actual de “Correos del Ecuador” por lo que esperan como mínimo una atención adecuada y responsabilidad de la entidad, en este aspecto los funcionarios responden Muy Satisfactoriamente con esta demanda; Cantú (2001) afirma algo similar: “un servicio es intangible siendo muy importante la interacción del empleado pero de igual forma son las instalaciones físicas un factor clave para satisfacer el deseo o una necesidad dentro de las que encontramos un correcto aseo, instalaciones renovadas y de buena apariencia”.

Con el fin de obtener un valor cuantitativo claro, se determinó el promedio general de percepciones con base en los puntajes obtenidos y también de manera porcentual, siendo 3.97/5 el puntaje global de percepciones lo que representa un porcentaje de 79.44% de personas encuestadas que manifestaron estar **SATISFECHOS**; siendo el punto más fuerte e influyente en la satisfacción de los usuarios lo que concierne a la empatía es decir los usuarios le prestan más atención a un trato adecuado que a unas instalaciones físicas adecuadas.

7.3 Expectativas que tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal

Para cumplir con el tercer objetivo específico de la presente investigación se determinaron las expectativas que tienen los usuarios antes de recibir el servicio. Existen diversas formas de ver las expectativas, pero al final todas se basan en lo que sería ideal, en base a distintos factores que influyen en los clientes como lo afirman Berry, Bennett y Brown (1989). “Un servicio de calidad no es solamente “ajustarse a las especificaciones”, sino más bien es ajustarse a las expectativas del cliente”.

Al estar hablando de una entidad pública es importante citar a Walle (2006) que manifestó, “la percepción de su funcionamiento está influida por la visión que los ciudadanos tienen de los políticos, del Estado o de las propias administraciones públicas, aunque el peso de esta visión decrece cuanto más concreto sea el servicio analizado”.

Finalmente, al evaluar la calidad desde la perspectiva de las expectativas, se parte de la necesidad de atender las necesidades de los clientes, lo cual “supone incluir factores

subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el producto o servicio”

Morales S., & Hernández (2004, p. 2)

Los resultados de este estudio arrojaron resultados con base en lo que determina el modelo SERVQUAL, las expectativas más altas se encuentran en la dimensión de **Empatía**, según Zeithaml, Gremler, & Bitner (2009) esto se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes, se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente; la respuesta más representativa fue *Muy Importante con un 76.85% de encuestados que manifestaron que esperaban que los funcionarios públicos entendieran sus necesidades*, esto responde directamente a la teoría de Davis (1996) que enunció “entendemos empatía como la capacidad de ponerse en el lugar del otro mediante la manifestación de respuestas afectivas y no afectivas”, esto es trascendental para los usuarios ya que las expectativas se basan en experiencias propias o ajenas además se puede entender que al ser una entidad pública las expectativas se ven influenciadas por aspectos políticos; según manifestaron algunos encuestados la situación actual del sector público se ve reflejada principalmente en la dimensión de **Elementos Tangibles** como la infraestructura y todo lo que ésta comprende, por lo que se observan las expectativas más bajas de toda la investigación con un 48.88%, determinándose que los usuarios comprenden la realidad de la entidad y su situación ya analizadas en el primer objetivo específico de esta investigación, por ende lo mínimo que esperan y a la vez que consideran como algo fundamental para una atención de calidad, son funcionarios públicos comprometidos que entiendan sus problemas y necesidades, respondiendo directamente al concepto básico de empatía que afirma el autor Fariña (2015) como la

capacidad cognitiva de percibir, en un contexto común, lo que otro individuo puede sentir, es decir la capacidad y habilidad de las personas para ponerse en la situación emocional de otras y comprender lo que sienten o incluso lo que pueden estar pensando.

Finalmente es importante citar al autor de la teoría de las expectativas Vroom V (1964) quien sostuvo que los individuos como seres pensantes, tienen creencias y abrigan esperanzas y expectativas respecto a los sucesos futuros de sus vidas, en el caso de los usuarios de un servicio es lo mismo, debido a que las expectativas de un servicio se basan en experiencias, creencias o esperanzas de lo que esperan recibir al hacer uso de un determinado servicio, como fue el caso de los usuarios de “Correos del Ecuador” quienes estaban informados mediante medios de comunicación de la situación actual de la entidad y de las demás entidades del sector público.

Para mejorar la comprensión de los resultados finales se obtuvo un puntaje global promediado de 4.52/5 que representa en la escala de Likert planteada para ésta investigación un 90.47% de personas encuestadas que manifestaron de manera general que la mayoría de variables fueron **MUY IMPORTANTES**, especialmente en lo que respecta la dimensión de empatía en la que hay una expectativa considerable de usuarios que esperan un trato personalizado por parte de los funcionarios; por otra parte las expectativas se reducen en lo que respecta a las instalaciones físicas donde los usuarios son conscientes de lo que pueden recibir en cuanto a esta dimensión.

7.4 Satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, primer trimestre del 2019

Todos los resultados obtenidos gracias a los objetivos específicos en síntesis aportan al cumplimiento del objetivo general de la investigación, para este fin se obtuvo el índice de satisfacción que tienen los usuarios de “Correos del Ecuador”, mediante una serie de pasos los resultados de las encuestas fueron sistematizados y tabulados, obteniendo un promedio global de calidad de servicio de -0.55 que reflejó un valor negativo y distante del cero por lo que se determinó que no se cumplen con las expectativas de los usuarios cuando reciben un servicio; parte de estos resultados también se deben a que la entidad pública no cumple con los requerimientos que los usuarios demandan, como una infraestructura y equipos de apariencia más moderna o la fiabilidad en la entrega del servicio, que básicamente en este caso son las demoras en entrega de paquetería y que no se cumple lo prometido por el prestador del servicio cuyo fuerte es la atención personalizada ya que presentó brechas muy pequeñas en lo que a la dimensión de Empatía respecta.

En varias investigaciones realizadas al contrastar percepciones con expectativas, es frecuente que las percepciones no superen a las expectativas ya que en varios casos el entorno de atención no es el ideal y de asemejarse a esto queda sujeto a la calificación del usuario quien calificara siempre en base a su reflexión y aspectos internos o externos que lo influyen, por ejemplo una investigación de medición calidad percibida en una asociación de textiles realizada por Benítez K.(2017) lo demuestra, donde el resultado general demostró un nivel de -0,80 demostrando de esta manera que existe una calidad

deficiente en la entrega de los productos institucionales, algo similar a lo ocurrido con el desarrollo de la presente investigación donde si bien el valor global de satisfacción es -0,55, se coincide en resultados de dimensiones como en el caso de Elementos Tangibles y también en lo que a dimensión de Empatía se refiere; por lo que se puede concluir que los usuarios en primera instancia son muy visuales respecto a las instalaciones físicas pero también prefieren un trato cordial y respetuoso por parte de los funcionarios.

8. CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos mediante las diferentes herramientas de investigación como encuestas, entrevistas y observación directa se logró sistematizar los datos para cumplir con los objetivos que demandaron el presente trabajo de investigación, por lo que se presentan las siguientes conclusiones:

- Correos del Ecuador actualmente atraviesa un proceso de transformación en la búsqueda de la eficiencia y eficacia, frente a sus obligaciones como único operador postal público autorizado en el país, la demora en la entrega de la paquetería es uno de los mayores inconvenientes que aún enfrenta la entidad, junto al poco personal y reducida flota vehicular.
- Los usuarios se sienten satisfechos con el trato cordial que brindan los funcionarios siendo la dimensión de Empatía la que presenta la mejor percepción y mayor porcentaje de respuestas Muy Satisfactorias entre todas las variables planteadas, por lo que se determinó que en este aspecto los usuarios reciben un servicio muy parecido al que esperaban, pero no se sienten satisfechos con las instalaciones físicas y todo lo que éstas comprenden.
- Los usuarios tienen expectativas bajas en lo que a las instalaciones físicas se refiere, siendo esta la dimensión con las variables que más inconvenientes presentaron para los usuarios, debido a la baja imagen corporativa de la entidad.
- El promedio global de calidad y satisfacción fue de -0.55 lo que demuestra un resultado negativo, es decir no se logró superar satisfactoriamente las expectativas

de los usuarios una vez que recibieron el servicio en ventanilla; siendo la brecha de -0.21 encontrada en la dimensión de **Empatía** la más pequeña y por ende la que mejor satisfacción generó acercando notablemente las percepciones a las expectativas esperadas.

9. RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- A la sucursal de “Correos del Ecuador” fortalecer y aumentar las alianzas estratégicas con el fin de solventar la falta de personal, transporte y logística, además de elaborar un proyecto de mejoras con los recursos necesarios para la ejecución de las mismas.
- A la sucursal de Loja continuar con los planes de capacitación al personal, pero también solicitar al departamento de canales y talento humano propio de la entidad a nivel nacional que contribuya a estas actividades para evitar el uso de recursos y brindar capacitaciones especializadas en el ámbito postal.
- A sucursal de Loja diseñar un plan de mejoras a las instalaciones para su adecuado mantenimiento y remodelación, de no ser posible la asignación de recursos recurrir a la búsqueda de recursos externos para financiar estos gastos.
- Finalmente la sucursal debe hacer estudios periódicos con seguimiento de resultados de las percepciones que tienen los usuarios una vez que reciben el servicio, con el fin de retroalimentar y fortalecer procesos internos de la entidad relacionados a la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

10. BIBLIOGRAFIA

- Aiteco. (s.f.). El Modelo SERVQUAL de calidad del servicio. Obtenido de Aiteco Consultores : <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alonso, & Provedo. (2010). Gestión de Calidad (Segunda ed.). Santillana Formación Profesional.
- Bateman, & Snell. (2000). Administración: una ventaja competitiva. México.
- Briones. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales (Segunda ed.). México: Trillas.
- Charles, L. (2002). Marketing. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- ConceptoDefinición. (s.f). Definición de Correo Postal. Obtenido de <https://conceptoDefinicion.de/correo-postal/>
- Correos del Ecuador. (26 de Septiembre de 2018). Avísalo, una plataforma renovada para rastreo y envíos postales. Obtenido de Correos del Ecuador: <https://www.correosdelecuador.gob.ec/avisalo-una-plataforma-renovada-para-rastreo-y-envios-postales/>
- Couier. (24 de Septiembre de 2011). Courier. DEFINICIÓN DEL SERVICIO DE COURIER. Obtenido de <http://courier-pits.blogspot.com/2011/09/definicion-del-servicio-de-courier.html>

- Definición ABC. (12 de 12 de 2009). Correo. Obtenido de
<https://www.definicionabc.com/general/correo.php>
- Duarte. (2010). Calidad de Servicio: Revisión de corrientes principales y propuestas de investigación futura. Obtenido de Superación Pobreza:
http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/modelo_calidad_de_atencion.pdf
- Economía.WS. (s.f.). Obtenido de <http://www.economia.ws/empresas-courier.php>
- Excellence, I. (2015). ISOTools. Obtenido de
<https://www.isotools.org/2015/05/01/calidad-total-definicion-y-modelos/>
- Fea, U. (2009). Competitividad es Calidad Total (Tercera ed.). Buenos Aires, Argentina: Alfaomega.
- Felgenbaum, A. (2010). Control Total de la Calidad (Tercera ed.). Madrid: CECSA.
- Garvin, D. (1992). Competir en las 8 dimensiones de la calidad.
- Hernández, D. (2014). Categorizando a los usuarios digitales. Revista de Medios y Educación, 114. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/368/36829340008/>
- Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Revista Brasileira de Marketing.
- Moreno, Peris, & González. (2009). Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones (Tercera ed.). Prentice Hall.

Organizacion Internacional del Trabajo. (2004). El camino hacia el trabajo decente.

Trabajo, revista de la OIT, 14-15. Obtenido de

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/dwcms_080712.pdf

Reglamento De Los Servicios Postales En Régimen De Libre Competencia, Resolución

No. 03DEARCP2017 (17 de Noviembre de 2015).

Ríos, C. A. (5 de Diciembre de 2014). El concepto: Servicio Público. . El Mundo.com.

Sanz, E. (1993). La realización de estudios de usuarios: una necesidad urgente. Revista general de Información y Documentación, 154-166.

Velasco, J. (2010). Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión

(Segunda ed.). Pirámide.

Velázquez, G. (2009). Administracion de los sistemas de producción (Vigésimo

Segunda Edición ed.). México: Limusa.

11. ANEXOS

Anexo 1: Formato de Encuesta aplicada a los usuarios



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION PUBLICA**

Cuestionario N°	
Hora Inicio:	
Hora Fin:	
Fecha:	
Día:	

Buenos días/tardes. Mi nombre es Luis David León Pullaguari, soy estudiante del Décimo ciclo de la carrera de Administración Pública de la Universidad Nacional de Loja. Estoy realizando una investigación acerca de la satisfacción de los usuarios de Correos del Ecuador, con el propósito de conocer su valiosa opinión, por esta razón le solicito que me conceda unos minutos para hacerle una encuesta. Esta información es confidencial anónima será utilizada exclusivamente para fines académicos. **Se miden diferentes aspectos a los que usted debe responder marcando con una "X" en las casillas de acuerdo con la escala numérica.**

DATOS GENERALES

Edad: ___ años	Sexo: H() M()	Nacionalidad: Nacional () Extranjero ()
Nivel de Educación: Ninguno () Básico () Bachillerato () Superior ()		
Tipo de servicio: Nacional () Internacional ()		Tipo de trámite: Envío () Recepción () Giro () Información () Otro ()

Esta columna la deberá llenar antes de recibir el servicio calificando con la escala siendo, **1 Nada Importante - 2 Poco Importante - 3 Regular, 4 Importante, 5 Muy Importante**, dependiendo del grado de expectativa e importancia que influye su satisfacción.

Esta columna la deberá llenar una vez que reciba el servicio calificando con la escala siendo, **1 Muy insatisfactorio- 2 Insatisfactorio - 3 Regular, 4 Satisfactorio, 5 Muy satisfactorio.**

EXPECTATIVAS

PERCEPCIONES

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, funcionarios de Correos y materiales de comunicación.

1	Que Correos del Ecuador tenga equipos de apariencia moderna.	Correos del Ecuador tiene equipos de apariencia moderna.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2	Que los elementos visuales como folletos, trípticos o instrucciones sean atractivos.	Los elementos materiales, folletos, carteles, trípticos, publicidad o similares son visualmente atractivos.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3	Que las instalaciones físicas sean atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Fiabilidad o presentación el servicio: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y problemas.		
4	Que la atención responda a sus necesidades.	¿El servicio respondió a sus necesidades?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5	Que Correos del Ecuador cumpla con lo prometido.	Cuando Correos del Ecuador ha prometido hacer algo en cierto tiempo, ¿Lo ha cumplido?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

6	Que los funcionarios de Correos muestren intereses en solucionar problemas.	Cuando un usuario tiene un problema, ¿los funcionarios de Correos mostraron un sincero interés en solucionarlo?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7	Que los funcionarios de Correos realicen bien el servicio la primera vez.	¿Los funcionarios de Correos realizaron bien el servicio la primera vez?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad de los funcionarios de Correos para ayudar al usuario y proporcionar el servicio.		
8	Que los tiempos de espera sean cortos.	¿El tiempo de espera para obtener el servicio fue satisfactorio?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9	Que los funcionarios de Correos tengan disponibilidad para atender.	Hubo disponibilidad de los funcionarios de Correo para atenderle.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10	Que den las soluciones que usted requiere.	Si necesitó solventar alguna duda, ¿Se le dio solución?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Seguridad: Conocimiento y atención mostrados por los funcionarios de Correos y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.		
11	Que los funcionarios de Correos le inspiren confianza y seguridad.	El comportamiento de los funcionarios de Correos le inspiró confianza y seguridad.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
12	Que los funcionarios de Correos demuestren igualdad para todos sus usuarios.	Los funcionarios de Correos demostraron igualdad para todos sus usuarios.
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Empatía: Atención individualizada que ofrecen los funcionarios de Correos a sus usuarios.		
13	Que reciba una atención personalizada	¿Usted recibió atención personalizada?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
14	Que los funcionarios de Correo demuestren amabilidad y buen trato.	¿Los funcionarios de Correo demostraron amabilidad y buen trato?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
15	Que los horarios sean convenientes para los usuarios.	¿Los horarios le parecen convenientes para todos los usuarios?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
16	Que el funcionario de Correos entienda las necesidades específicas del usuario.	¿El funcionario de Correos entendió sus necesidades específicas?
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Buenos días/tardes mi nombre es **Luis David León Pullaguari** soy estudiante del Décimo Ciclo de la Carrera de Administración Pública de la Universidad Nacional de Loja, y me encuentro elaborando mi tesis sobre **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS POSTALES DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA, PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”**, por ello me dirijo a usted de la manera más amable para solicitarle se digne contestar las preguntas de la siguiente entrevista, para beneficio de la presente investigación.

1. ¿Cuál es la situación actual de Correos del Ecuador a nivel nacional y local?
2. ¿Qué necesidades tiene actualmente la entidad respecto a la calidad de servicio?
3. Respecto a la infraestructura de la sucursal, ¿Cuál es su situación actual?
4. ¿Existen estrategias, planes, programas o proyectos enfocados a mejorar el servicio, como mejora de infraestructura, flota vehicular u otros?
5. ¿Qué lugar ocupa la calidad de servicio en las directrices de la entidad?
6. ¿Cómo se está trabajando para mejorar la satisfacción de los usuarios de Correos del Ecuador? o ¿Cuál considera usted uno de los factores más importantes a trabajar para generar satisfacción en los usuarios de Correos del Ecuador?
7. ¿Existen planes de capacitación al personal en lo que se refiere a calidad de servicio y atención al usuario?

Anexo 3: Fotografía del edificio de la Sucursal de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja



Anexo 4: Fotografía de las oficinas de atención



Anexo 5: Oficina de atención al usuario



Anexo 6: Buzón de quejas o sugerencias en la ventanilla de atención



Anexo 7: Encuestas aplicadas a los usuarios



Anexo 8: Encuestas aplicadas a los usuarios



Anexo 9: Entrevista aplicada al Director Provincial de “Correos del Ecuador”





UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JÚRIDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

TEMA:

**“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS
POSTALES DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL
ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA, PRIMER TRIMESTRE
DEL 2019”**

Proyecto de tesis previo a optar por el
grado de ingeniero en administración
pública

AUTOR:

LEÓN PULLAGUARI LUIS DAVID

LOJA-ECUADOR

2018

1. TEMA

“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS POSTALES DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD DE LOJA, PRIMER TRIMESTRE DEL 2019”

2. PROBLEMÁTICA

La importancia de los servicios de envío y entrega de mercancías en los últimos años ha tomado gran fuerza gracias al comercio electrónico, potenciación del sistema vial interno del país y costes competitivos entre los courier privados y los servicios tradicionales del correo postal, este último servicio es uno de los más antiguos del Ecuador constituye un elemento de gran importancia para el desarrollo interno del país, fuentes de empleo y dinamizador de la economía, pero en los últimos años no se ha podido satisfacer las demandas de los usuarios en lo que ha envíos nacionales respecta, la crisis económica interna ha golpeado al sector público y “Correos del Ecuador” no ha estado al margen de esto enfrentando una disminución competitiva contra otros competidores y servicios de entrega de paquetería nacional, tampoco se ha trabajado con fuerza en la mejora de calidad de servicios, modernización, automatización de sistemas de gestión de toda la paquetería que pasa por “Correos del Ecuador”, sin tomar en cuenta que la búsqueda de alianzas estratégicas anunciadas con el fin de reducir costos no ha podido solventar los problemas logísticos, esta problemática interna repercute directamente en sus usuarios, por ende es importante también hacer un análisis a nivel global.

El mundo desde hace muchos años ha enfrentado una nueva era denominada “Globalización” que ha permitido a los consumidores, productores de bienes y servicios las facilidades ideales para mejorar el comercio e implementar nuevas formas de comerciar, el Ecuador no ha estado exento de este fenómeno por ende es necesario la mejora continua de cada aspecto que conlleva el comercio.

El comercio electrónico ha ido con tendencias al alza en los últimos años gracias a mejores formas de pago y oferta de envíos internacionales por parte de los vendedores. Miles de personas en el Ecuador a diario gestionan sus compras por internet con “Correos del Ecuador” esperando tener sus productos lo más rápido posible, que lleguen en buenas condiciones y que se les dé las facilidades para gestionar sus paquetes. Lastimosamente esto no siempre es así y depende de muchos factores como el país de origen, el tipo de envío, el tipo de importación al que se somete, trámites aduaneros y manejo de la empresa pública encargada del manejo postal.

El reto de “Correos del Ecuador” es mejorar los servicios postales ya que las quejas de los usuarios no cesan, por otra parte esta empresa pública enfrenta varios retos que dificultan su capacidad de respuesta frente a la llegada de paquetería del exterior y la demanda de eficiencia por parte de los usuarios, según diario (El Comercio, 2018):

Entre enero y septiembre de este año, según datos de la empresa pública, le generó USD 10,5 millones de ingresos, lo que representa el 67,7% del total de sus ingresos. Este rubro también le implica gastos importantes: USD 8,8 millones en los primeros nueve meses del año. (...) Si la empresa pública que maneja la logística de los paquetes que arriban al país tiene problemas como estos y la falta

de flota de vehicular también, resulta muy difícil brindar un servicio de calidad a sus clientes privados y públicos a pesar que estos tienen más de 10 millones de dólares en deuda con “Correos del Ecuador”, eso también justifica el retraso de 796 paquetes hasta el 3 Octubre del 2018.

Actualmente hay varios instrumentos legales, políticas, normas jurídicas y entes públicos que actúan en los servicios postales con la obligación de intervenir en la búsqueda de bienes y servicios de calidad, como ente rector está Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información –MINTEL con funciones importantes tales como establecer y evaluar políticas, directrices y planes aplicables al servicio postal, el organismo regulador es Agencia de Regulación y Control Postal –ARCPPostal que según el Art. 9 de la Ley General de los Servicios Postales, es el ejecutor en el marco de sus competencias, de políticas públicas y directrices en materia postal dictadas por el Ministerio rector. En este sentido, debe regular y controlar los servicios postales a través de la emisión de normativa, y otorgar, renovar, cancelar o negar títulos habilitantes a todos los operadores postales. Por otra parte, para el cumplimiento de sus atribuciones administra, entre otros, el Registro General de Operadores de los Servicios Postales, así como el Sistema de Código Postal ecuatoriano, finalmente el Operador Postal Designado es la Empresa Publica “Correos del Ecuador”.

La empresa pública continúa trabajando en las 24 provincias del Ecuador con 322 puntos de atención y 3240 buzones distribuidos estratégicamente a lo largo y ancho del territorio nacional, además de una relación directa con los 192 países (Correos del Ecuador, 2016) Entrando en contexto con la realidad de la provincia de Loja según la

rendición de cuentas de “Correos del Ecuador” del año 2016, existe una Sucursal (División Política del Territorio-Densidad Poblacional-Cabecera Cantonal-Circuito Comercial Regional) de tipo A en la Ciudad de Loja, en toda la provincia hay 159 buzones, en la ciudad de Loja también hay un patentado y un agenciado. Los cambios continúan en la búsqueda de la mejora del servicio postal. “Con el fin de acercar la prestación del SPU a la población, se han reducido paulatinamente por parte del Operador Postal Designado, el número de puntos de atención en el territorio nacional”. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016, pág. 23)

Por lo expuesto antes, la Empresa Publica “Correos del Ecuador” tiene la atribución del manejo de la paquetería postal, la ciudad de Loja según la proyección poblacional del 2018 tiene 263.900 habitantes de los cuales el 79.3% vive en la zona urbana con una edad promedio de 29 años que en su mayoría tienen acceso a internet y telefonía según datos del INEC 2010, los hace uno de los grupos que más compra por internet y reactiva el comercio electrónico en la ciudad, por este motivo la importancia de un correo postal eficiente juega un papel transcendental en el manejo de las mercancías que llegan al país, gracias a referencias de usuarios de la localidad se ha identificado que no se están cumpliendo con las expectativas del servicio de entrega de paquetería por parte del operador postal “Correos del Ecuador”, esta problemática tiene un impacto negativo en aquellas personas que importan bienes desde el extranjero y para aquellos que envían sus mercancías al país y Loja.

Tomando en cuenta esta premisa es necesario realizar la presente investigación con el fin de determinar los niveles de satisfacción de los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja, planteando las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios de la ciudad de Loja con los servicios ofrecidos por Correos del Ecuador?
- ¿Cuáles son las necesidades que tiene Correos del Ecuador para ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios?
- ¿Cuáles son las variables que más inciden en la satisfacción de los servicios que brinda Correos del Ecuador en la ciudad de Loja?
- ¿Qué expectativas tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal?

3. JUSTIFICACIÓN

Ante la creciente acogida y flujo del comercio electrónico en el mundo los ecuatorianos no han quedado relegados de este fenómeno global, pero esto representa un reto para las entidades públicas que deben controlar y regular esta actividad una de ellas es “Correos del Ecuador” que a través de sus servicios de envío y entrega de mercancías hace su parte en el comercio internacional con la implementación de mecanismos más eficientes para satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Mediante el análisis de los niveles de satisfacción de los usuarios de “Correos del Ecuador” en el cantón Loja, se pretende determinar si los servicios postales que brinda están logrando impactar de manera positiva y si satisface a los usuarios, con esto se podrá analizar posteriormente cuales son las falencias o fortalezas de los servicios que ofrece esta entidad para brindar las recomendaciones necesarias con el fin de corregir errores y por supuesto mejorara la imagen institucional de la empresa pública “Correos del Ecuador” en la localidad y a nivel nacional.

Además de conocer qué grado de satisfacción tienen los servicios postales en los usuarios se debe conocer que aporte genera a la sociedad y si los bienes importados generan nuevas oportunidades para los usuarios o que destino tienen las mercancías una vez que llegan a su comprador.

El presente estudio es muy importante al ser uno de los primeros que analizara como se sienten los usuarios con servicios que han prometido mejoras notables en la entrega de

la paquetería postal como es el caso del sistema “Avisalo”, los giros internacionales o apartados postales.

Los resultados obtenidos brindaran un mejor panorama para la Empresa Pública “Correos del Ecuador” permitiéndole mejorar sus prácticas empresariales, reducir costos, reducir tiempos de entrega y mejorar su plataforma digital, los usuarios de estos servicios podrán gozar de las mejoras gracias a la investigación y análisis, el beneficio va dirigido a potenciar la llegada de nuevos usuarios y que toda la sociedad se informe mejor de las nuevas condiciones del comercio electrónico en el Ecuador y los mercados emergentes como nuevas oportunidades de desarrollo en la economía local y nacional.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

- Establecer el nivel de satisfacción que poseen los usuarios de la ciudad de Loja con los servicios postales ofrecidos por Correos del Ecuador, primer trimestre del 2019.

4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades que tiene Correos del Ecuador para poder ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios
- Definir las variables que inciden en la satisfacción de los servicios que brinda Correos del Ecuador en la ciudad de Loja
- Determinar las expectativas que tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Servicio

Un servicio es un conjunto de acciones que ejecuta una o varias personas con el fin de satisfacer las necesidades de terceros, los servicios tienen como cualidad que no son tangibles así que es posible almacenarlos o movilizarlos, a continuación Richard Sandhusen (2002) da un concepto concreto de servicio, “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

5.1.1 Servicio Público

“Actividad llevada a cabo por la Administración o, bajo un cierto control y regulación de esta, por una organización o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad” en si se puede entender que es cualquier servicio que puede prestar una persona natural o jurídica pero con la diferencia que tiene un fin social y no económico que ejecuta el Estado. (Real Academia de la Lengua Española, 2015)

5.1.2 Servicio Postal

Es un servicio que prestan las entidades públicas en la mayoría de los países que tiene como fin el envío y recepción de mercadería, paquetería, correspondencia entre otros, todos y cada uno de estos ítems se les denomina correspondencia o correo, que son enviados por tierra, aire o mar. “Los paquetes son envíos postales que se pueden transportar por tierra, mar, o aire; cada uno con tarifas diferentes dependiendo de la duración en la entrega” (Ecured, s.f.)

5.1.3 Servicios Postales de Correos del Ecuador a nivel nacional

Correos del Ecuador tiene una gama de diferentes servicios y productos enfocados a la calidad y eficiencia de la entrega postal como se detalla a continuación:

- Servicio EMS Nacional
- Servicio Certificado Nacional
- Servicio Ordinario Nacional
- Servicio Apartado Postal (Correos del Ecuador, 2015)

Servicio de Distribución

- Volanteo
- Servicio Distribución de Catálogos
- Servicio de distribución de compras
- Servicio de distribución de notificaciones
- Servicio de Distribución de Citaciones

Servicios de Logística

- Servicio Logística Integrada de Documentos
- Servicio de Lectofacturación

Servicios Postales Internacionales

- Servicio EMS Internacional
- Servicio Certificado Internacional
- Servicio Ordinario Internacional

- Exporta Fácil
- Servicio Urgente internacional

5.1.4 Servicios Postales de Correos del Ecuador en la ciudad de Loja

- **Servicio EMS Nacional:** Servicio de entrega para correspondencia y/o paquetería a nivel nacional, con cobertura a las 24 provincias del país y prioridad de entrega.
- **Servicio Certificado Nacional:** Entrega de correspondencia y/o paquetería a nivel nacional con certificación de entrega.
- **Servicio de distribución de notificaciones:** Servicio de entrega personalizada de documentos y/o pequeños paquetes de hasta 2 kilos, con carácter prioritario con registro de gestión de entrega.
- **Servicio Logística Integrada de Documentos:** Proceso de conversión y administración de documentos físicos a formato digital, que facilita la conservación y acceso a la información.
- **Servicio EMS Internacional:** Servicio de entrega para correspondencia y/o paquetería a nivel internacional, con cobertura a 192 países a nivel mundial y prioridad de entrega.
- **Exporta Fácil:** Programa de gobierno que facilita las exportaciones ecuatorianas; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMES) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador. Comercialización y envío de productos a nivel internacional a través de Exporta fácil, servicio ágil, rápido y

sencillo, sin agente aduanero y documentación en línea. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016)

5.2 Usuario

El usuario es la persona que usa un servicio de una entidad cualquiera en este caso publica al tratarse de correo postal, el usuario es la persona que depende de un servicio para cumplir con una necesidad también el diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con precisión; “Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público”.

5.3 Satisfacción

La satisfacción se considera todo aquello que genera sensación de bienestar en una persona luego de adquirir un bien, servicio o muestra de afecto de otra persona, su nombre se remonta al latín *satisfactio*, “es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.” (Definicion.de, 2017)

5.4 Modelo SERVQUAL

Este modelo consiste en un banco de preguntas que determina la calidad de un servicio o producto que ofrece una organización dentro de 5 dimensiones como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, estas mediciones se hacen en base a una escala numérica que expresa la brecha de la calidad entre lo que el

cliente espera y lo que recibe de la empresa. Esta herramienta fue desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry en Estados Unidos con el apoyo de Marketing Science Institute.

Los GAP del modelo SERVQUAL

Consiste en una herramienta de análisis muy útil para comprender y discutir las causas raíz detrás de la insatisfacción de los clientes, son aquellas brechas existentes entre la percepción del usuario y expectativas además de las falencias de quien brinda el servicio. Establece prioridades para un posible plan de mejora analizando las diferencias entre las variables que influyen en la satisfacción de los usuarios.

Escala multidimensional SERVQUAL

Esto es la forma en la que se califican los aspectos positivos y negativos transformando las expectativas y percepciones en escalas numéricas a criterio del investigador pudiendo ser de 0 a 5, de 0 a 10, 0 a 100 lo que facilita el análisis y comprensión en los cuestionarios aplicados a los usuarios. Esta forma escalada de medir se avala por la norma ISO 9001.

5.5 El Correo

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra correo se define como: un “servicio público que tiene por objeto el transporte de la correspondencia oficial y privada.” (Real Academia de la Lengua Española, 2015)

A lo largo de la historia las sociedades han ido evolucionando, viéndose en la necesidad de mantener contacto entre ellas, acudiendo a varios métodos para comunicarse entre sí, como por ejemplo: señales de humo, sonidos de objetos entre otros. Adicional a esto

buscaban también contacto con fenómenos de la naturaleza, dioses de sus misteriosos mundos, etc.; mucho antes de la invención de la escritura. (Anónimo, s/f) Los Sumerios fueron la primera y más antigua civilización en el mundo, los mismos que generaron un proceso de escritura hace 3000 años antes de Cristo, el cual consistía en un conjunto de signos dibujados sobre tablas de arcilla, que hoy en día se conoce como “cuneiforme”.

Así aparecieron las primeras cartas y de esta manera se ideó un sistema de correo, el cual consistía en el uso de un sello para certificar la autenticidad de los escritos. En aquellos tiempos los Sumerios vivieron en Mesopotamia, lugar ubicado entre el Golfo Pérsico y Babilonia, aunque hay que recalcar que fue en Egipto donde se instauró el primer sistema oficial de correos. Más tarde otras civilizaciones fueron generando su propio sistema de correos, esto debido a que se tenía control sobre todo lo que ocurría en los territorios de aquellas épocas. (Anónimo, s/f)

5.6 El Correo en el Ecuador

No existe un antecedente exacto sobre cómo eran las formas de comunicación que usaban los habitantes aborígenes que formaban parte de lo que hoy en día es el territorio ecuatoriano, todo esto antes de la ocupación de los Incas a mediados del siglo XV. Los Incas al verse en la necesidad de comunicarse entre ellos desarrollaron y perfeccionaron un ingenioso método para el envío mensajes y cosas, como fue el de los chasquis. “El sistema de los chasquis estuvo organizado a lo largo del Tahuantinsuyo. Eran empleados hombres jóvenes (entre 18 y 20 años), especialmente escogidos en cada comunidad para que sirvieran a la mita estatal durante un mes.” (Paz y Miño 2011, p. 13)

Conforme fue avanzando el tiempo y con él la llegada de la época colonial, aparecieron los Postillones quienes eran los encargados de llevar el correo, y según la siguiente reseña: Se ubicaban en una tienda o cantina conocida en cada lugar. Allí, sentados a la luz de una vela de sebo prendida, recibían las cartas y “encomiendas” de los funcionarios públicos que remitían correspondencia, o de personas privadas que mandaban misivas o pequeños paquetes con “encargos”. También recibían “razones”: mensajes verbales que repetían a su destinatario con bastante precisión. Nunca aceptaban llevar plata; de ese modo, se aseguraban de que no serían víctimas de los asaltantes de caminos. A veces “se pasaban personalmente” por la casa de algún conocido para recoger o dejar el correo “a domicilio”. (Ayala 2011, p. 29)

Según nos cuenta la historia de Correos del Ecuador, el 1 de julio de 1769 se establece la “Real Renta de Correos” designando a don Antonio Romero de Tejada, como el primer “Administrador Principal de Correos” para la Real Audiencia de Quito; el 22 de febrero de 1770 se realiza el despacho de una carta a Lima, misma que contiene la contramarca de origen “QUITO” cabe recalcar que esta podía ser de color rojo o negro, considerándose ésta como la contramarca más antigua obtenida para el Virreinato de Nueva Granada. El 8 de junio de 1794 en la ciudad de Aranjuez, nace el correo en el Ecuador al contar con los documentos y títulos expedidos, legalizados y firmados por el Rey de España. En el primer año de vida republicana del Ecuador, exactamente el 2 de mayo de 1831, bajo la presidencia de Juan José Flores se expide decreto creando la Administración

General de Correos, bajo directa dependencia gubernamental y de absoluta necesidad para la vida del nuevo Estado libre e independiente, establecido en la capital del Ecuador. Durante su primera época la administración postal ofreció servicios básicos como: despacho de correspondencia ordinaria, telegramas, encomiendas y rentas de apartados postales. A partir de 1839 ésta se trasladó al Palacio Presidencial. El Presidente Gabriel García Moreno durante su periodo presidencial fue quien introdujo al país los primeros buzones, así como también cabe mencionar que, el 1 de enero de 1865 se emitió el primer sello postal procesado en el Ecuador. En 1937, los Correos pasaron a depender del Ministerio de Obras Públicas en calidad de Institución adscrita con 430 oficinas postales en todo el país. En 1971 el Dr. José María Velasco Ibarra otorga al servicio de Correos Nacionales la facultad legal para que pueda administrar directamente sus recursos. El 29 de septiembre del mismo año se expide la Ley General de Correos, creándose la Empresa Nacional de Correos, como entidad de derecho público con personería jurídica y adscrita al Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones. En 1990 se dicta el Reglamento Orgánico Funcional de la Empresa, transcurrieron los años y en mayo de 1994 se suscitó un hecho relevante, pues se decretó la desmonopolización de Correos y autorizó el ingreso a la actividad a los correos paralelos o privados como un paso hacia la privatización de la Empresa Nacional de Correos. En 1995 se presenta el proyecto de la nueva Ley General de Correos. A partir del 18 de noviembre de 1999, se inicia el proceso de modernización de los correos, el cual ha sido llevado conjuntamente con el CONAM. Mediante

acuerdo signado con el número 371 publicado en el Registro Oficial N°. 82 de fecha 16 de agosto de 2005. Se establece el nombre de Correos del Ecuador en lugar de Unidad Postal. (Correos del Ecuador, 2016)

5.6.1 Empresa

Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. (Romero, 2010)

5.6.2 Empresa Pública

Son aquellas entidades que pertenecen total o parcial al Gobierno de un Estado determinado y donde éste puede tener participación en la toma de decisiones de la empresa. El objetivo de ellas como cualquier otra empresa es obtener ganancias monetarias pero por sobre todo eso, el objetivo primordial es satisfacer las necesidades de la población a través de los servicios que ofrece, son creadas mediante decretos presidenciales para la realización de diversas actividades, estas son financiadas principalmente por el Estado y por las ganancias que las mismas obtienen de la explotación de algún producto. Los resultados obtenidos por dichas empresas no se van a medir por el monto de dinero ganado, sino por la calidad del servicio que se está prestando. (Concepto Definicion, 2016)

5.6.3 Empresa Pública Correos del Ecuador

El Presidente de la República Rafael Correa, mediante Decreto Ejecutivo No. 324 de 14 de abril de 2010, publicado en el Registro Oficial No. 184 de 03 de mayo de 2010 “créase la Empresa Pública Correos del Ecuador -CDE E. P.-, como el Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador, persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria financiera, económica, administrativa y de gestión con domicilio principal en Quito, Distrito Metropolitano, provincia de Pichincha.

Misión

Correos del Ecuador CDE E.P. es una empresa pública de servicios postales logísticos con cobertura a nivel nacional e internacional con talento humano comprometido en garantizar la eficiencia y seguridad en la prestación de sus servicios.

Visión

Seremos una empresa de servicios postales logísticos referente en el mercado nacional, reconocida por la calidad del servicio, seguridad y confiabilidad hacia nuestros clientes y con un clima laboral apropiado para sus funcionarios.

Valores empresariales

- Respeto
- Excelencia
- Honestidad
- Transparencia

Objetivos Empresariales

- Incrementar el desarrollo del talento humano.
- Incrementar la eficiencia operacional.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto.
- Incrementar la participación de Correos del Ecuador en el mercado postal y logístico nacional.
- Política Sectorial
- Propiciar el desarrollo del sector postal público.
- Proveer servicios y productos de calidad, accesibles, seguros y oportunos.
- Impulsar a través del Correo transformación productiva y desarrollo económico.
- Posicionar los nuevos productos y servicios que ofrece Correos del Ecuador.
- Fomentar el uso del Servicio Postal Público a nivel nacional. (Correos del Ecuador, 2014)

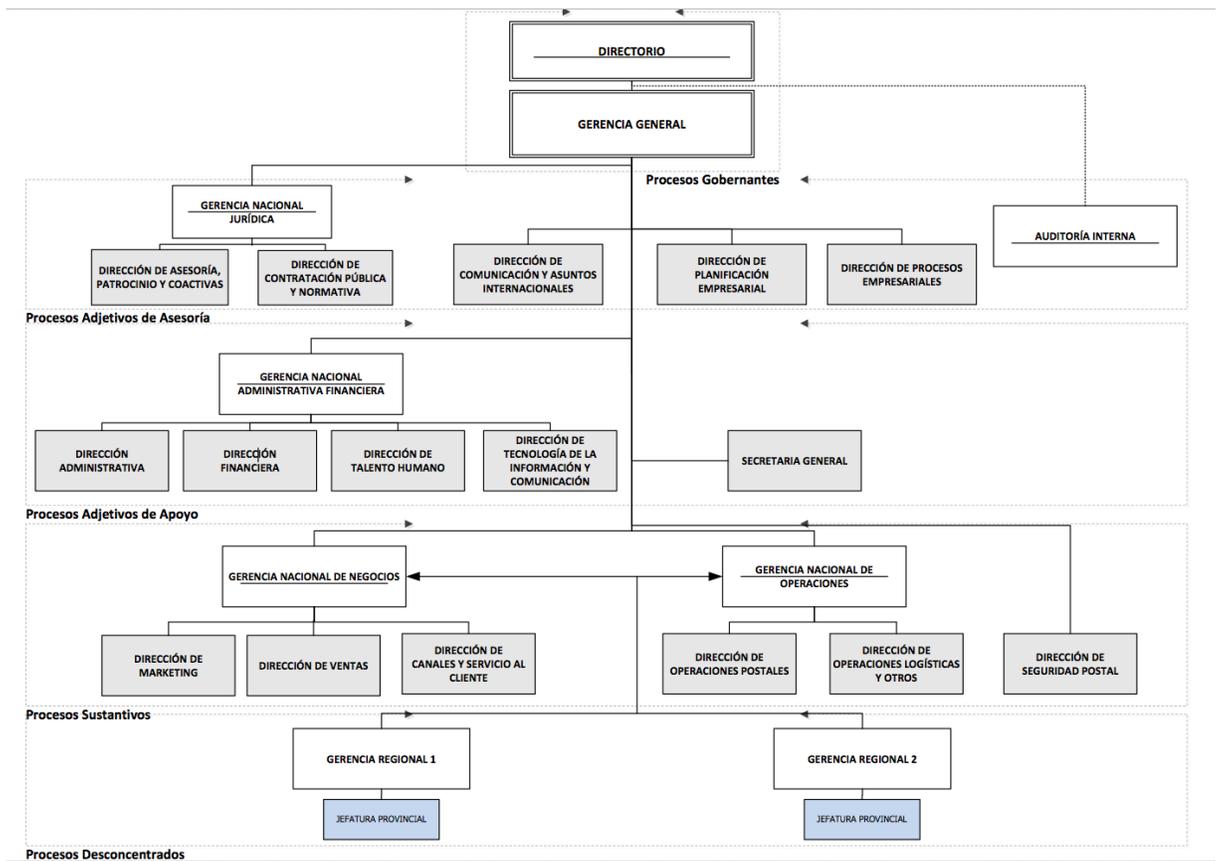


Figura 20: Organigrama de la institución

Fuente: Correos del Ecuador

Elaboración: Correos del Ecuador

6. METODOLOGÍA

La metodología a utilizarse en la investigación tendrá un enfoque cuantitativo ya que tiene como fin medir datos, números y estadísticas que recopilen la información necesaria para mejorar el análisis de los servicios postales con relación a la satisfacción de los usuarios de Correos del Ecuador en la ciudad de Loja.

6.1 Método científico

El método científico es un proceso destinado a explicar hechos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos del mundo para así obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles a la investigación.

6.2 Método analítico

El método analítico se usara para crear un entorno entendible de los hechos particulares del objeto de estudio desde el enfoque de satisfacción a los usuarios del servicio postal en la ciudad de Loja e identificar los elementos que influyen para obtener un buen nivel de satisfacción. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

6.3 Método sintético

Este método permitirá reconstruir todas las características encontradas en el análisis de los servicios postales que brinda Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, para darle una explicación gracias al proceso mental que demandan comprender las razones que

afectan de manera positiva o negativa la experiencia de los usuarios con los servicios postales.

6.4 La entrevista

Esta técnica es una recopilación verbal sobre algún tema de interés para el entrevistador en la presente investigación esta estará enfocada principalmente a los funcionarios públicos que tengan alguna responsabilidad con la entrega de algún servicio postal en Correos del Ecuador (Ciudad de Loja), esta técnica requerirá que el investigador tenga conocimiento y esté capacitado en los temas a tratar, tenga un juicio sereno y libre de influencias para captar las opiniones del entrevistado sin agregar o quitar algo de la información proporcionada.

6.5 La encuesta

La encuesta será la herramienta que recopilara información gracias a un banco de preguntas elegido cuidadosamente con la clara intención de medir la calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja.

6.6 Observación Directa

La observación directa es la técnica que permitirá recopilar la información primaria necesaria para determinar una población de estudio y muestra, además permitirá que el investigador conozca mejor la realidad y el trato que reciben los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja.

6.7 Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL es uno de las mejores formas de medir la calidad del servicio a través de la satisfacción de los usuarios ya que toma en cuenta su expectativas y sus percepciones ante un determinado servicio o producto, fue desarrollado en la década de los 80, básicamente es un cuestionario que comprende 5 dimensiones con 22 preguntas, estas preguntas serán respondidas mediante una escala de Liker siendo 1 el valor más insatisfactorio y 5 el valor con la satisfacción máxima, estos valores permiten transformar las opiniones de los usuarios en datos cuantitativos y medibles para generar procesos comparativos, determinando así que factores son los que afectan de manera positiva o negativa la satisfacción de los usuarios de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja cuando requieren de un determinado servicio.

6.8 Población

Debido a que no existe un dato oficial por parte de la entidad del total de usuarios que acuden diariamente a las oficinas de “Correos del Ecuador” para hacer uso de sus servicios, la observación directa permitirá determinar un numero promedio diario de usuarios y a su vez un promedio mensual que se constituirá en la población objetivo, posteriormente la muestra será obtenida mediante la siguiente formula:

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

7. CRONOGRAMA

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA																																																		
CRONOGRAMA DE TRABAJO DE TITULACIÓN																																																		
MES/AÑO/SEMANA/ ACTIVIDAD	OCTUBRE (2018)				NOVIEMBR E (2018)				DICIEMB RE (2018)				ENERO (2019)				FEBRER O (2019)				MARZO (2019)				ABRIL (2018)				MAYO (2018)				JUNIO (2018)				JULIO (2018)				AGOSTO (2018)				SEPTIEMBRE (2018)					
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA													
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2								
Retroalimentación del título, tema, objetivos	x	x	x	x																																														
Revisión del proyecto de investigación					x	x	x	x																																										
Presentación y aprobación de proyectos de investigación									x	x																																								
Revisión de literatura											x	x	x	x																																				
Materiales y métodos													x	x	x																																			
Población y muestra																	x	x	x	x																														
Diseño y aprobación de instrumentos																					x	x	x																											
Recolección de información, análisis y depuración de información																									x	x	x	x																						
Resultados																									x	x	x	x	x	x	x	x	x																	
Cumplimiento del objetivo específico 3																									x	x	x	x																						
Cumplimiento del objetivo específico 2																													x	x	x	x																		
Cumplimiento del objetivo específico 1																																	x	x	x	x														
Discusión/ conclusiones/ recomendaciones																																					x	x	x	x										
Elaboración, presentación y aprobación del informe final																																													x	x	x	x		

8. PRESUPUESTO

Tabla 14
Presupuesto para la investigación

Cantidad	Descripción	Valor Total
1	Materiales de oficina en general	30,00
1	Adquisición de textos	80,00
1	Adquisición de un producto por internet	50,00
1	Utilización de Internet	80,00
1	Impresión y fotocopias de documentos	60,00
1	Movilización	100,00
1	Edición e impresión del informe final	75,00
1	Empastado de la tesis	30,00
1	imprevistos	10,00
	Total	515,00

Fuente:

Investigación

Elaborado por: El autor

Los rubros económicos antes descritos serán asumidos en su totalidad por el investigador.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Bachelet. (1992). La mesure de la satisfaction du consommateur ou la chaîne, l'arbre et la cascade.
- Concepto Definicion. (13 de Junio de 2016). [conceptodefinicion.de](http://conceptodefinicion.de/empresa-publica/). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/empresa-publica/>
- Concepto Definicion. (1 de Febrero de 2013). [conceptodefinicion.de](http://conceptodefinicion.de/servicio/). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/servicio/>
- Correos del Ecuador. (2014). Planificacion Estrategica. Obtenido de <https://www.correosdeecuador.gob.ec/la-institucion/>
- Correos del Ecuador. (2015). Servicio EMS. Obtenido de Correos del Ecuador Servicios: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/programasy servicios/#>
- Correos del Ecuador. (2016). Correos del Ecuador a través del tiempo. Obtenido de <https://www.correosdeecuador.gob.ec/correos-del-ecuador-a-traves-del-tiempo/>
- Definicion ABC. (3 de Junio de 2016). Definicion ABC Satisfaccion al usuario. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>
- Definicion. (s.f.). Definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/usuario/>
- Definicion.de. (13 de Febrero de 2017). Definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion/>
- Ecuador Inmediato.com. (11 de Enero de 2018). Aumentan quejas por demoras en entrega de paquetes en Correos del Ecuador. Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818831029
- El Comercio. (5 de Octubre de 2018). Entidades públicas tienen deudas con Correos del Ecuador. Diario El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/entidades-publicas-deudas-correos-ecuador.html>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2016). POLÍTICA PARA EL DESARROLLO Y FOMENTO DEL SECTOR POSTAL ECUATORIANO 2016-2020. Quito.
- Ecuador en Cifras. (2018). Proyección de la población del Ecuador por Cantones. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx
- Ecured. (8 de Diciembre de 2014). Interfaz de usuario. Obtenido de https://www.ecured.cu/Interfaz_de_usuario
- Ecured. (s.f.). EcuRed. Obtenido de https://www.ecured.cu/Correo_postal
- El Comercio. (11 de Noviembre de 2017). 35 % de ecuatorianos compra en Internet. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-compras-internet-comercio-electronico.html>.
- Empresa Pública Correos del Ecuador. (2016). Correos del Ecuador a través del tiempo. Quito. Obtenido de <https://www.correosdeecuador.gob.ec/correos-del-ecuador-a-traves-del-tiempo/>

- González, P. C. (25 de Junio de 2018). 26% de la flota de la empresa pública Correos del Ecuador opera. El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/flota-empresa-correos-ecuador-envios.html>
- Granda, B. V. (9 de Agosto de 2015). ¿Cómo evaluar la satisfacción del cliente? Obtenido de Herramientas Cámara Medellín: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/%C2%BFComoevaluarlasatisfacciondelcliente.aspx>
- Marketingcmm. (2 de Julio de 2017). Indicadores de Satisfacción del cliente. Obtenido de <http://www.marketingcmm.com/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente/>
- Mayorga. (7 de Agosto de 2017). blogtecnologico. Obtenido de <http://blogtecnologico.minaranjito.com/wp/?p=1276>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (25 de Febrero de 2016). Exporta Fácil. Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=108
- Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2017). Actualidad: Correos del Ecuador ofrece el servicio de alarma de envíos postales “Avisalo”. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/correos-del-ecuador-ofrece-servicio-alarma-envios-postales-avisalo/>
- Mylolitysty. (8 de Octubre de 2017). Blog: Mylolitystyleshoppu. Obtenido de <https://mylolitystyleshoppu.blogspot.com/2017/10/como-registrar-tus-compras-online-en.html>
- Proyecto Ova. (23 de Mayo de 2012). Proyecto Ova Webcindario Software. Obtenido de https://proyectoova.webcindario.com/software_de_sistema.html
- Real Academia de la Lengua Española. (2015).
- Romero, R. (2010). Marketing. Palmir: Editora Palmir E.I.R.L. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Sandhusen, R. (2002). Mercadotecnia (Vol. I). Compañía Editorial Continental.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (Abril de 2017). aduana.gob.ec. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-o-postal/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (1 de Enero de 2017). Aduana del Ecuador. Obtenido de Planificación Estratégica: <https://www.aduana.gob.ec/la-institucion/>

INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	IV
AUTORÍA.....	V
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS.....	VI
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
1. TÍTULO.....	1
2. RESUMEN	2
ABSTRACT.....	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. REVISIÓN DE LITERATURA	8
4.1 Normativa Legal.....	8
4.1.1 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.	8
4.1.2 Constitución de la República del Ecuador.	9
4.1.3 Política para el Desarrollo y Fomento del Sector Postal Ecuatoriano 2016-2020. 11	
4.1.4 Ley Orgánica de Empresas Públicas.	12

4.1.5	Ley General de los Servicios Postales.	12
4.1.6	Reglamento de Quejas, Reclamos e Indemnizaciones para Servicios Postales en Régimen de Libre Competencia.....	13
4.2	Marco Conceptual	14
4.2.1	Servicio.	14
4.2.2	Usuario.	17
4.2.3	Satisfacción del usuario.....	19
4.2.4	La calidad en el servicio público.....	20
4.2.5	Formas de medir la calidad del servicio y satisfacción del usuario.	23
4.2.6	El servicio de calidad en “Correos del Ecuador”	26
4.3	Marco Organizacional, “Empresa Pública de Correos del Ecuador”	28
4.3.1	Antecedentes	28
4.3.2	Sucursal de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja.	36
4.4	Modelo SERVQUAL	39
4.4.1	Dimensiones.....	40
4.4.2	Escala de Likert.....	42
4.4.3	Las expectativas en el modelo SERVQUAL	44
4.4.4	Las percepciones en el modelo SERVQUAL	45
4.4.5	Proceso de análisis SERVQUAL.....	46

4.4.6	Los GAP's o brechas del modelo SERVQUAL	47
5.	MATERIALES Y MÉTODOS	50
5.1	Materiales	50
5.2	Métodos	50
5.3	Técnicas	54
5.3.1	Encuesta	54
5.3.2	Observación Directa.....	54
5.3.3	Entrevista.....	55
5.4	Población y Muestra.....	55
5.4.1	Población.....	55
6.	RESULTADOS	58
6.1	Identificación de necesidades de Correos del Ecuador para ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios	60
6.2	Variables que inciden en la satisfacción de los servicios que brinda Correos del Ecuador en la ciudad de Loja	68
6.3	Expectativas que tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal.....	76
6.4	Nivel de Satisfacción de los usuarios de la Empresa Pública Correos del Ecuador	

7. DISCUSIÓN	88
7.1 Identificación de necesidades de Correos del Ecuador para ofrecer un servicio de calidad a sus usuarios	88
7.2 Definir las variables que inciden en la satisfacción de los servicios que brinda “Correos del Ecuador en la ciudad de Loja”	91
7.3 Expectativas que tienen los usuarios de Correos del Ecuador cuando utilizan los servicios que brinda este operador postal	94
7.4 Satisfacción de los usuarios de servicios postales de la Empresa Pública Correos del Ecuador en la ciudad de Loja, primer trimestre del 2019.....	97
8. CONCLUSIONES	99
9. RECOMENDACIONES.....	101
10. BIBLIOGRAFIA	102
11. ANEXOS	105
INDICE	132

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura Orgánica de Correos del Ecuador	33
Figura 2: Estructura orgánica de la sucursal de “Correos del Ecuador” en Loja	37
Figura 3: Modelo de evaluación de la calidad del servicio sobre el cliente.....	40
Figura 4: Diagrama de necesidades de “Correos del Ecuador”	67
Figura 5: Dimensiones y variables planteadas para la investigación	68
Figura 6: Percepción de los Elementos Tangibles	69
Figura 7: Percepción de Fiabilidad.....	70
Figura 8: Percepción de Capacidad de Respuesta	71
Figura 9: Percepción de Seguridad	72
Figura 10: Percepción de Empatía	73
Figura 11: Percepciones globales por dimensión	74
Figura 12: Expectativas de Elementos Tangibles	77
Figura 13: Expectativas de Fiabilidad	78
Figura 14: Expectativas de Capacidad de Respuesta	79
Figura 15: Expectativas de Seguridad	80
Figura 16: Expectativas de Empatía	81
Figura 17: Expectativas Globales por Dimensiones	82

Figura 18: Puntaje del índice de calidad entre las percepciones y expectativas ..	86
Figura 19: Satisfacción de los usuarios y brechas gracias a la calidad de servicio	86
Figura 20: Organigrama de la institución	132

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Línea de tiempo de teorías de calidad de servicio y satisfacción del usuario	24
Tabla 2 Clasificación de los puntos de atención	33
Tabla 3 Recursos de la sucursal en la ciudad de Loja.....	39
Tabla 4 Escala de Likert para expectativas	43
Tabla 5 Escala de Likert para percepciones	43
Tabla 6 Escala de Likert para expectativas	53
Tabla 7 Escala de Likert para percepciones	53
Tabla 8 Población objetivo de estudio	56
Tabla 9 Características sociodemográficas de la muestra.....	59
Tabla 10 Promedio de respuestas de percepciones de cada variable por dimensión	75
Tabla 11 Promedio de respuestas en expectativas de cada variable por dimensión	83
Tabla 12 Brechas entre percepciones y expectativas	84
Tabla 13 Índice Global de Calidad Servicio	87
Tabla 14 Presupuesto para la investigación	129

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de Encuesta aplicada a los usuarios	105
Anexo 2: Formato de Entrevista	107
Anexo 3: Fotografía del edificio de la Sucursal de “Correos del Ecuador” en la ciudad de Loja	108
Anexo 4: Fotografía de las oficinas de atención.....	108
Anexo 5: Oficina de atención al usuario.....	109
Anexo 6: Buzón de quejas o sugerencias en la ventanilla de atención.....	109
Anexo 7: Encuestas aplicadas a los usuarios	110
Anexo 8: Encuestas aplicadas a los usuarios	110
Anexo 9: Entrevista aplicada al Director Provincial de “Correos del Ecuador”	111
Anexo 10: Proyecto de tesis	112