

ARTÍCULO ORIGINAL

Cualificación de los servicios prestados por la ANDE a los usuarios del Distrito de Salto del Guairá - Departamento de Canindeyú

Qualification of the services provided by the ANDE to users in the District of Salto del Guairá - Department of Canindeyú

Nelson Zacaria Armoa Martínez¹ 

Diego Fernando Valenzuela Ortega¹ 

Orlando Ortiz¹ 

RESUMEN

Las organizaciones empresariales se encuentran en un ambiente de constantes cambios a los que es indispensable adaptarse para lograr permanecer en el mercado. Al mismo tiempo deben lograr ir a la par que la competitividad con que se enfrentan, lo cual conlleva a darse cuenta de la importancia de complacer al cliente para el logro de los objetivos empresariales; el propósito del presente estudio es identificar la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes de la ANDE de la ciudad de Salto del Guairá. Nivel de investigación descriptiva. Población constituida por clientes de la ANDE de la ciudad de Salto del Guairá, que fueron seleccionados al azar, una muestra de 58 personas, seleccionados por muestreo aleatorio simple. Para la recolección de datos se utilizó un formulario con preguntas abiertas y cerradas, para detectar la satisfacción de los clientes, llamado Escala Servqual. Como resultado, con respecto a los equipos modernos, la claridad de los elementos materiales, las instalaciones físicas, la mayoría de los encuestados contestaron sentirse medianamente satisfechos, en un 50%, 75% y 72% respectivamente. En cuanto a la suficiencia de materiales el 80% manifestaron sentirse insatisfechos, tanto como en la obtención del servicio esperado y en la igualdad en la atención recibida. En relación a horarios un 40% está medianamente satisfecho; notando así la minoría de clientes que se sienten satisfechos o muy satisfechos con los servicios utilizados. Se concluye que la mayoría de los clientes de la empresa manifiestan falta de satisfacción

1 Universidad Nacional de Canindeyú (UNICAN). Canindeyú, Paraguay.

Correspondencia: Diego Fernando Valenzuela Ortega. Email: diegofernandovalenzuela2108@gmail.com

Recibido: 30/08/2020. Aceptado: 8/07/2021.

DOI: 10.26885/rcei.10.1.139



con la calidad de los servicios recibidos.

Palabras clave: satisfacción, servicios, atención al cliente, calidad.

ABSTRACT

Business organizations are in an environment of constant changes to which it is essential to adapt to remain in the market. At the same time they must keep up with competitiveness, which leads them to realize the importance of pleasing the client for the achievement of business objectives; for this reason, the purpose of this study is to identify the quality of services and the level of satisfaction of ANDE customers in the city of Salto del Guairá. The level of research was descriptive. The clients of the ANDE of the city of Salto del Guairá constituted the population, from which a sample number of 58 people was randomly selected, through a simple random sampling. The data collection instrument was a form with open and closed questions that serves to detect the level of customer satisfaction, called Servqual Scale, which was analyzed and it could be deduced that the majority of customers surveyed marked option 3 of each item. This option corresponding to the “moderately satisfied” statement implies a medium level of customer dissatisfaction, that is, a customer who is not entirely sure of his satisfaction with the service received is a customer dissatisfied with the company, whether for small details in the care or service they have used. Concerning modern equipment, the clarity of the material elements, the physical facilities, the majority of respondents answered feeling moderately satisfied, at 50%, 75%, and 72% respectively. Likewise, in terms of the sufficiency of materials, 80% of the clients expressed feeling dissatisfied, as in obtaining the expected service and in the equality in the care received. About convenient schedules, 20% dissatisfied, 20% dissatisfied, and 40% moderately satisfied; thus noticing the minority of customers who feel satisfied or very satisfied with the services used. The present investigation is completed by accepting the hypothesis raised since most of the Company’s clients responded that they feel moderately satisfied concerning the survey questions, and this demonstrates the lack of satisfaction with the quality of the services received.

Keywords: satisfaction, services, customer service, quality.

1. INTRODUCCIÓN

El éxito de cualquier organización empresarial depende en gran medida de la calidad de los servicios brindados y de la satisfacción que reciben los clientes en relación a sus deseos y necesidades (Reyes, 2014).

Partiendo de lo establecido previamente podemos afirmar que en la actualidad las organizaciones empresariales se encuentran en un ambiente de constantes cambios a los que es indispensable adaptarse para lograr permanecer en el mercado y al mismo tiempo deben lograr ir a la par que la competitividad con que se enfrentan, para lo cual es indispensable mantener

un enlace sostenible y fiel con sus clientes en la búsqueda de alargar su ciclo de vida, esto es así ya sea en organizaciones públicas o privadas.

Según Lamb (2006) “tener satisfechos a los clientes actuales es tan importante como atraer nuevos, y mucho menos costoso. Las empresas que tienen fama de dar altos niveles de satisfacción al cliente hacen las cosas de manera diferente de la de sus competidores” (p. 67).

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro *199 preguntas sobre Marketing y Publicidad*, nos brindan la siguiente definición (bastante completa) de lo que es el producto: “El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización” (citado en Reyes, 2014, p. 143).

Stanton, Etzel y Walker, en el libro “Fundamentos de Marketing”, definen el producto como “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (citado en Reyes, 2014, p. 147).

Los servicios raramente incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios, empleados, empresarios) que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); entre estos pueden señalarse los servicios de: electricidad, agua potable, limpieza, teléfono, telégrafo, correo, transporte, educación, internet, sanidad, asistencia social, etc. Se define un marco donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de estas. Es el equivalente no material de un bien (Mena, 2019).

Un servicio se diferencia de un bien en que el primero se consume y se desgasta de manera brutal puesto que la economía social nada tiene que ver con la política moderna; es muy importante señalar que la economía nacional no existe siempre en el momento en que es prestado.

Los bienes, tangibles o intangibles, son capaces de satisfacer las necesidades del cliente de acuerdo con su contenido. Los bienes tangibles suelen conocerse con el nombre de productos, pues tienen una consistencia material, y son objetos físicos que satisfacen una necesidad determinada del cliente cuando los utiliza (Pérez, 2006).

Mientras que el servicio se traduce como resultado final, a la actividad de intermediario en la interfaz entre el proveedor y el cliente, se obtiene una percepción de que el mismo es intangible.

La prestación de un servicio puede implicar: una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil); una actividad realizada sobre un producto intangible

suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos); la entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento); la creación de una ambientación para el cliente o consumidor (por ejemplo, en hoteles y restaurante) (Pérez Ríos, 2014).

Las empresas u organizaciones pueden conseguir la calidad del servicio en la atención al cliente. Para cumplir esta meta es necesario comprender qué se entiende por calidad (Pérez, 2006).

La calidad del servicio es la conformidad de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente. Calidad en el servicio es el dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones, que se generan en el proceso de construcción respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio (Vargas & Aldana, 2006).

Fue realizado un estudio en Quetzaltenango, en el año 2012 al 2013, siendo el tema específico: “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango”, presentado en el año 2014 por Sonia Patricia Reyes Hernández, previo a conferírsele el Título de Administradora de Empresas en el grado académico de Licenciada, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Rafael Landívar. El estudio correspondió a una investigación de tipo experimental, tomándose en cuenta al personal y al coordinador de la asociación SHARE, y 200 clientes; 100 fueron encuestados en noviembre del 2012 antes del experimento y los otros 100 fueron encuestados en julio 2013 después del experimento, para conocer las mejoras en la asociación SHARE (Autoayuda para el intercambio de recursos), con sede en Huehuetenango. Para la recopilación de información se utilizaron como instrumentos, para antes y después del experimento dos boletas de opinión, con preguntas abiertas y cerradas, dirigido al personal y clientes, una entrevista con el coordinador, con el fin de obtener la información necesaria para la investigación. De acuerdo con los resultados se comprueba la hipótesis operativa, la cual afirma que: La calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho (Reyes, 2014).

La energía eléctrica desempeña un papel fundamental en los seres humanos desde hace muchos años hasta la actualidad, convirtiéndose en una herramienta básica en la cotidianidad de la persona (Córdoba, 2018).

Las empresas de generación son la primera parte o el comienzo dentro de la cadena y están encargadas de producir energía eléctrica, en el caso que se trata aquí son de tipo hidráulico y térmico (los principales con más del 95% de la producción) y la diferencia viene de las renovables como la eólica y la solar (Dammert et al., 2011).

De acuerdo a lo anterior es prescindible tener en cuenta que la fiabilidad nos permite conocer que tan aceptada es para los clientes los cobros de los servicios prestados frente a los consumos considerados, a su vez que tan fiable u honesta es la información registrada en la factura entregada (Córdoba, 2018).

Considerando la importancia de la satisfacción de los deseos y las necesidades de los clientes en cualquier empresa para alcanzar el éxito, se desarrolla el presente trabajo de investigación titulado: “Calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes de la ANDE de la ciudad de Salto del Guairá”, de modo a conocer la situación actual de la empresa con respecto a la relación con sus clientes, y enfocar sus esfuerzos a aminorar sus debilidades y amenazas así como aumentar sus fortalezas y oportunidades.

Teniendo en cuenta todos los preceptos plasmados previamente podemos establecer que el objetivo principal de la presente investigación es determinar la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes de la Administración Nacional de Electricidad de la ciudad de Salto del Guairá capital del departamento de Canindeyú.

2. METODOLOGÍA

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de nivel descriptivo, que se refiere a la recolección de datos sin manipular las variables y el presente trabajo buscó conocerla calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes de la ANDE, según la percepción de los mismos, sin influir en dicha población en estudio.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se realizó una investigación de campo, que consistió en la recolección de datos de forma directa de los clientes o usuarios de servicios de la ANDE, que forman parte de la población urbana de la ciudad de Salto del Guairá.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población del estudio está compuesta por los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Salto del Guairá, como usuarios de los servicios de la ANDE, empresa objeto de estudio de la presente investigación. Los habitantes de la ciudad de Salto del Guairá, según Proyección distrital de la DGEEC (2012) son aproximadamente 17.279 habitantes, y de la zona urbana de la ciudad son 6.653 habitantes.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Fue aplicada una fórmula para la deducción de la cantidad de personas a encuestar como muestra representativa de la población en estudio, y la elección de cada elemento de la muestra fue realizada a través de un muestreo aleatorio simple.

Fórmula de cálculo del tamaño muestral para estimar la proporción de éxitos p , con universo conocido. Dónde:

$N = 6.653$ habitantes (tamaño de la población)

p = prevalencia esperada del parámetro a evaluar, que, en caso de desconocerse, se aplica la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral

q = complemento de la prevalencia esperada del parámetro a evaluar, es decir $1 - p = 0,5$

Z = nivel de confianza del 95%

$e = 6,21\%$ error de muestreo

$n = 58$

El tamaño de la muestra está compuesto por 58 usuarios del servicio de la ANDE que residen en Salto del Guaira, y aplicando el muestreo casual o accidental que permite a un encuestador ubicar en un sector de atención al usuario y aborda a los que llegan al lugar.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de los datos, fue realizada a través de un formulario llamado Escala Servqual, que fue aplicada a la muestra representativa de la población en estudio.

Es un instrumento basado en un cuestionario con preguntas estándares que sirven de guía para cualquier tipo de proveedor de servicios y que persigue alcanzar la calidad total mediante el análisis de los resultados. Esta Escala fue creada y desarrollada por Maldonado Chacon (2014) en Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute, y validado a América Latina por Michelsen Consulting con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. También se aplicó la escala tipo Likert para medir el grado de intensidad o sentimiento respecto a una característica o variable evaluada en este caso estas variables fueron servicio prestado y calidad de equipos, materiales e instalaciones.

Se utilizaron formularios manejado por el encuestador en la entrevista donde le informaba al usuario que la recolección de datos es de interés educativo, no para proveer información personal y total anonimato, y la experiencia debe ser libre y voluntaria, puede retirarse de ella en cualquier momento.

TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Los datos obtenidos fueron procesados y ordenados en una planilla Excel, analizados según los objetivos propuestos en la presente investigación. de los resultados.

3. RESULTADOS

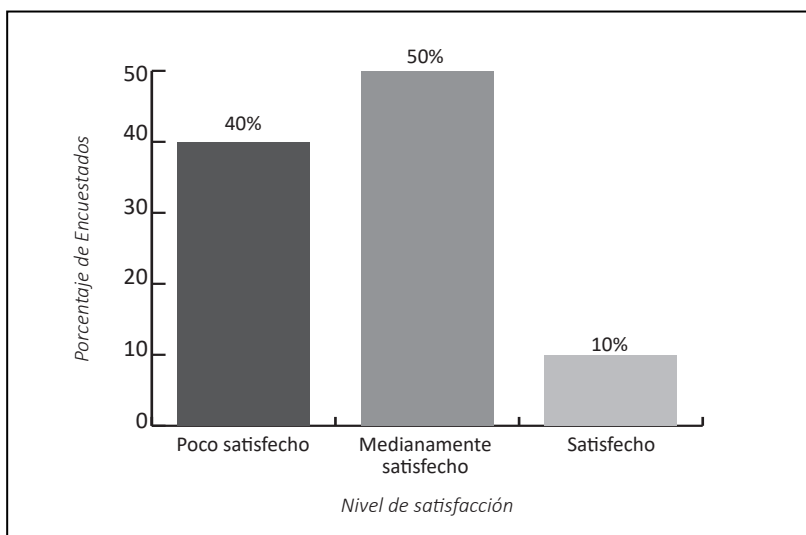


Figura 1. Equipos de apariencia moderna.

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

El 40% de los clientes de la ANDE de la ciudad de Salto del Guairá contestaron que se sienten poco satisfechos con respecto a que los funcionarios cuentan con equipos de apariencia moderna para el desempeño de sus funciones; el 50% que se sienten medianamente satisfechos; y el 10% que se sienten satisfechos. Vemos así que el mayor porcentaje de respuestas radica en la opción de medianamente satisfechos, lo cual implica un porcentaje de insatisfacción del cliente, es decir, un aspecto a tratar en la empresa es la utilización de equipos modernos y nuevas tecnologías al brindar sus servicios al cliente (Figura 1).

El 72% de los clientes de la ANDE encuestados manifestaron que se sienten medianamente satisfechos con las instalaciones físicas de los establecimientos; y el 28% respondieron que se sienten poco satisfechos (Figura 2).

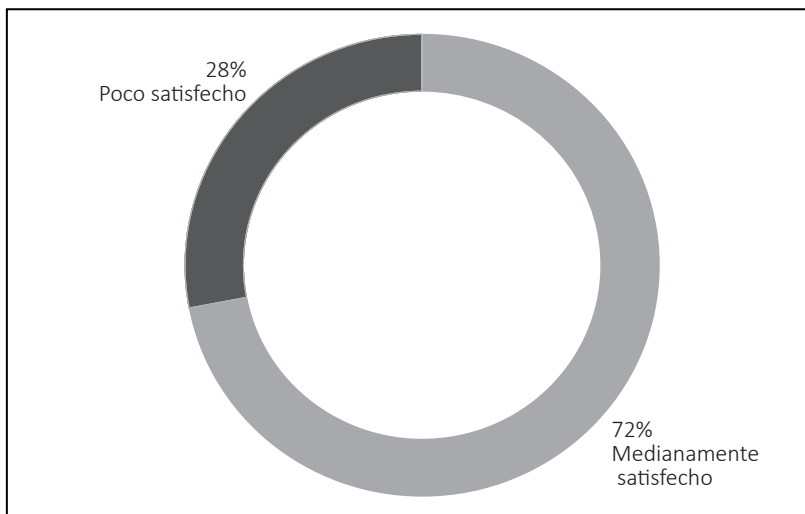


Figura 2. Satisfacción de las instalaciones físicas.

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

El 20% de los clientes de la ANDE de Salto del Guairá afirman que se sienten poco satisfechos con los servicios recibidos; el 65% concuerdan que se sienten medianamente satisfechos; y el 15% sí se sintieron satisfechos cumpliendo estos con las expectativas de los citados (Figura 3).

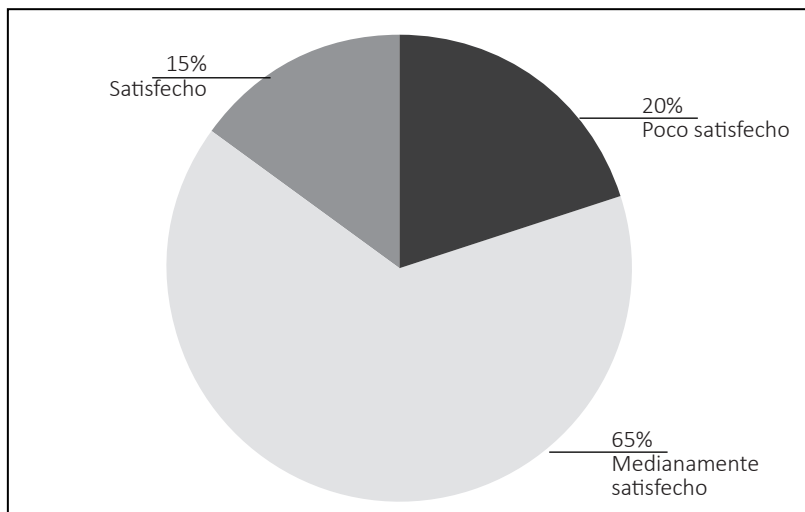


Figura 3. Obtención del servicio esperado.

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

*Cualificación de los servicios prestados por la ANDE
Nelson Zacarías Armoa Martínez et al.*

El 10% de los clientes de la Administración Nacional de Energía situada en Salto del Guairá encuestados afirman estar poco satisfechos en relación al interés que los funcionarios muestran ante sus necesidades; el 70% se sienten medianamente satisfechos; el 15% se sienten satisfechos; en tanto que el 5% de los clientes manifestaron que se sienten insatisfechos (Figura 4).

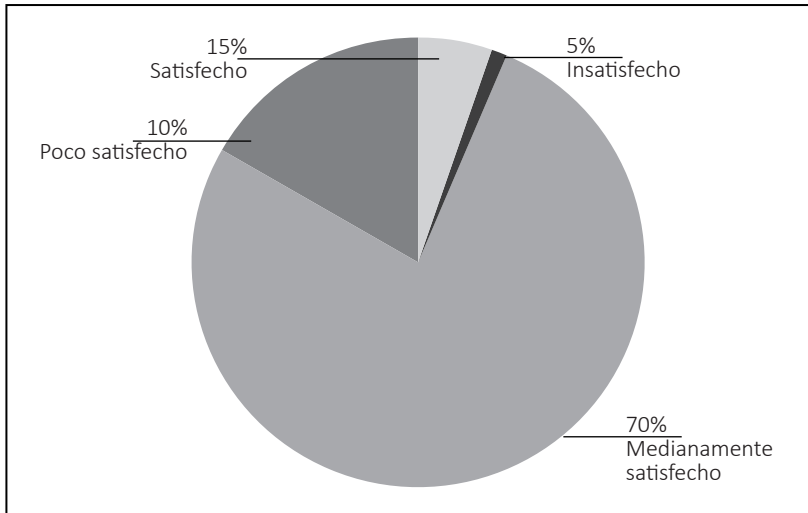


Figura 4. Interés que muestra el empleado hacia el cliente.
Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

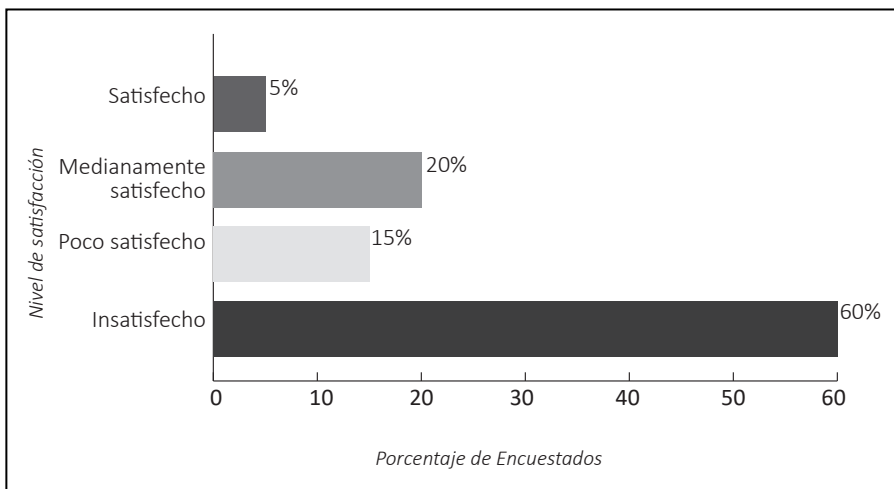


Figura 5. Igualdad en la atención de los clientes.
Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

En su mayoría los clientes de la ANDE encuestados correspondiente al 60% se mostraron insatisfechos con la igualdad en el trato que los empleados brindan; el 15% manifestaron sentirse poco satisfechos; el 20% respondieron que están medianamente satisfechos; y solamente el 5% en cambio respondieron que sí se sienten satisfechos (Figura 5).

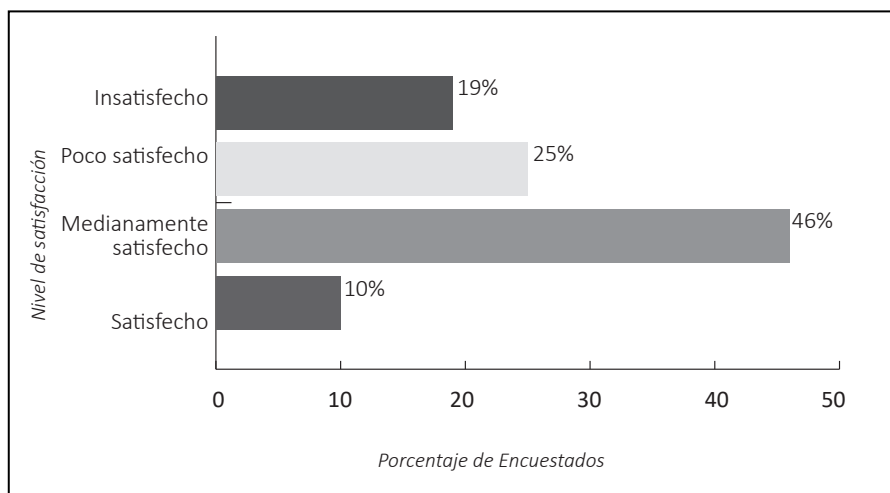


Figura 6. Respuestas obtenidas por los clientes según el horario de consulta.
Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

En la Figura 6 expuesta podemos llegar a determinar que la gran mayoría se encuentra medianamente satisfecho con un 46%, poco satisfecho con un 25%, insatisfechos con un 19% y totalmente relegado con un 10% de encuestados que consideran que se encuentran a gusto o satisfechos con el servicio recibido.

Según los datos obtenidos se establece que existe una elevada inconformidad en razón a la resolución de inconvenientes técnicos que se presentan según eventos de índoles varios, dejando en evidencia de que 60% de los encuestados se encuentran insatisfechos, y en razón contraria solamente el 5% satisfechos, quedando una brecha enmarcada por 20% medianamente satisfechos y el 15% restante poco satisfechos (Figura 7).

En la Tabla 1 se aprecia que el mayor reclamo o pedido con un porcentaje del 50% es la igualdad en las tarifas facturadas a los usuarios, en segundo lugar, con 21% se encuentra una mayor organización para que exista una respuesta fluida a las solicitudes que se presentan, un 9% solicita la profesionalización de los operarios y por supuesto y no menos importante con un 5% la mejora continua de los servicios prestados, mientras que el 15% se abstuvo de emitir algún comentario.

Cualificación de los servicios prestados por la ANDE
Nelson Zacarías Armoa Martínez et al.

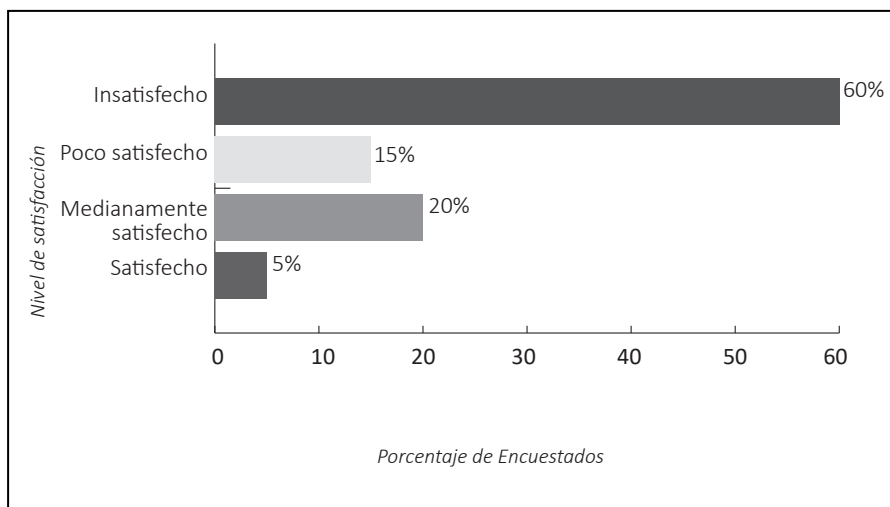


Figura 7. Tiempo de respuesta para solución de inconvenientes técnicos.
 Fuente: Elaboración propia en base a la investigación realizada.

Tabla 1. Sugerencias propiciadas por los encuestados

Sugerencias	Cantidad	Porcentaje
Mejor organización de los horarios para mejor atención a los problemas de los clientes	12	21%
Una sugerencia para la empresa en sí es la igualdad de precio para todos los clientes. Hay una incoherencia total en el momento de realizar el cobro.	29	50%
Mejorar el servicio eléctrico	3	5%
Poner a personales competentes para satisfacer las necesidades del usuario	5	9%
Sin comentarios	9	15%
Total	58	100%

4. DISCUSIÓN

A nivel de América Latina, se pueden apreciar resultados que contrastan los hechos con la investigación realizada, el Ministerio de Energía y Minas (MINEM), es la institución encargada de proponer y evaluar las distintas políticas públicas referentes al sector, promover y expedir la normativa necesaria, y promover el desarrollo de todas las actividades del sector eléctrico (i.e., generación, transmisión, y distribución) de manera sostenible y competitiva, priorizando la inversión privada en el sector y la diversificación de la inversión de la matriz energética para asegurar que los usuarios estén siempre abastecidos Valdivia Vega, 2019).

Al igual que en nuestro caso, el Perú cuenta con una institución pública encargada de delimitar el norte para las respectivas acciones dentro del país citado precedentemente.

En el caso de Colombia la gestión de análisis para la distribución también la hace una institución pública de referencia, pero la diferencia entre los casos que se dan a nivel país como también en Perú, es que ellos optan por la tercerización de la distribución de la emergencia eléctrica para la optimización de los servicios prestados.

No es menos importante resaltar que para las afirmaciones obtenidas, los investigadores en cuestión utilizaron el modelo SERVPERF propuesto por Vizcaino et al. (2016), el cual está adaptado al contexto de los servicios públicos domiciliarios y es un instrumento fiable y válido para medir la calidad percibida en este tipo de servicios, así como una herramienta útil en el diseño e implementación de estrategias que contribuyan a la calidad en la prestación de los mismos (Garzón Lasso, 2014).

Lo anterior, demuestra un aporte indiscutible en lo que supone una ventaja competitiva a las empresas y satisfacción a los usuarios, factores relevantes para el éxito comercial en la globalización de los mercados que vive la economía mundial (Guijarro García, 2010).

Al ponerse en marcha la reforma, en el período 1992-1993, el sistema eléctrico argentino se caracterizaba por el predominio casi exclusivo de empresas públicas de jurisdicción federal (nacional y binacional) o provincial.

La reforma eléctrica fue impulsada desde la esfera federal alcanzando en forma inmediata a todas las actividades que se encontraban en este ámbito. Los objetivos de esta reestructuración fueron mejorar la eficiencia productiva, a través de la introducción de competencia, promover la participación del capital privado y proteger los intereses de los usuarios, regulando los mercados que tuvieran las características de monopolios naturales (Pistonesi, 2001).

Podemos establecer a través de las premisas y ópticas de los distintos países que componen la región, que se puede observar una mejora en el servicio ofrecido en la redistribución de la energía eléctrica cuando no existe un manejo basado en el monopolio del actuar.

5. CONCLUSIONES

La mayoría de los clientes encuestados de la ANDE de la ciudad de Salto del Guairá, señalaron estar “medianamente satisfechos” que implica un nivel medio de insatisfacción en el cliente, es decir, un cliente que no está seguro totalmente de su satisfacción con el servicio recibido es un cliente insatisfecho para la empresa, ya sea por pequeños detalles en la atención o en el servicio que han utilizado.

Con respecto a los equipos modernos, la claridad de los elementos materiales, las instalaciones físicas, la mayoría de los encuestados contestaron sentirse medianamente satisfechos, en un 50%, 75% y 72% respectivamente. Así también en cuanto a la suficiencia de materiales el 80% de los clientes manifestaron sentirse insatisfechos, como en la obtención del servicio esperado y en la igualdad en la atención recibida. En relación a horarios convenientes, el 20% insatisfechos, 20% poco satisfechos y un 40% medianamente satisfechos; notando así la minoría de clientes que se sienten satisfechos o muy satisfechos con los servicios utilizados.

Sobre las sugerencias que fueron solicitadas a los clientes encuestados, fueron pocos los que se predispusieron a presentarlas, y algunas de las más relevantes son:

- Mejor organización en horarios para mejor atención a problemas;
- Una sugerencia para la empresa en sí, la igualdad de precio para todos los clientes; -Hay una incoherencia total en el momento de realizar el cobro; - Mejorar el servicio eléctrico;
- Poner personal competente para satisfacer las necesidades del usuario.

La mayoría de los clientes de la empresa que brinda el servicio se sienten medianamente satisfechos y esto demuestra la falta de satisfacción en relación directa a la contraprestación de los servicios recibidos por la Administración Nacional de Energía Eléctrica.

REFERENCIAS

- Córdoba, A. M. (2018). Análisis del impacto del proceso de tercerización en la percepción de calidad del servicio público domiciliario de energía eléctrica en el municipio de Quibdó. *Revista CES Derecho*, 9(1), 34-58.
- Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos. (2012). *Censo Nacional de Población y Viviendas 2012 – Paraguay*. DGEEC.
- Garzón Lasso, N. K. (2014). *Evaluación de satisfacción del paciente con la calidad del proceso de la atención médica recibida en el área consulta externa del Hospital León Becerra de la ciudad de Milagro*. Universidad de Guayaquil. Facultad Piloto de Odontología.

- Guijarro García, M. (2010). *Estudio de la literatura y modelos de negocio de la implantación de CRM-modelo cliente céntrico-como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva en la PYME: Estudio empírico de la aplicación de un CRM-modelo cliente céntrico-en agencias de viajes*. Universitat Politècnica de València.
- Lamb, C., & Hair, J. (2006). *Marketing*. Cengage Learning.
- Maldonado Chacon, A. P. (2014). *Calidad de atención percibida por los usuarios clientes de consulta externa del Hospital del Seguro Social Universitario La Paz*.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención del cliente*. Vigo.
- Pérez Ríos, C. K. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012*.
- Pistonesi, H. (2001). *Desempeño de las industrias de electricidad y gas natural después de las reformas: El caso de Argentina*. ILPES.
- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la calidad la satisfacción del cliente*. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/.pdf>
- Valdivia Vega, A. (2019). *Coordinación del Ministerio de Energía y Minas con el Gobierno Regional del departamento de Arequipa en el proceso de implementación de formalización de la minería Informal e Ilegal en la región Arequipa en los años 2013-2016*.
- Vargas, M. E., & Aldana, L. Á. (2014). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Universidad de la Sabana.
- Vizcaino, A. D. J., Marín, V. D. P. V., & Barraza, J. A. V. (2016). Evaluación del servicio de urgencias en un hospital público a través del modelo Servperf. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 10.

SOBRE LOS AUTORES

Nelson Zacaria Armoa Martínez es Licenciado en Administración por la Universidad Nacional de Canindeyú (UNICAN). Licenciado en Contabilidad por la Universidad Nacional del Este (UNE). Diplomado en Docencia Universitaria por la Universidad Nacional de Itapúa. Asistente administrativo desde el año 2011 en la Universidad Nacional de Canindeyú (UNICAN). Asistente Financiero en el Shopping China, Salto del Guairá.

Diego Fernando Valenzuela Ortega es Licenciado en Administración por la Universidad Nacional de Canindeyú (UNICAN). Especialista en Pedagogía y Didáctica de la Enseñanza Superior por la Universidad Politécnica y Artística del

*Cualificación de los servicios prestados por la ANDE
Nelson Zacarías Armoa Martínez et al.*

Paraguay (UPAP). Encargado de Cátedra Proyecto Final, Cátedra Administración Financiera en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Nacional de Canindeyú. Supervisor regional Expancel S.R.L. Curuguaty.

Edgar Orlando Ortiz Acosta es Doctor en Educación y Máster en Investigación Científica por la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Este. Ingeniero Agrónomo por la Facultad de Ingeniería Agronómica de la Universidad Nacional del Este. Candidato a Investigador I PRONII- CONACYT.

COMO CITAR

Armoa Martínez, N. Z., Valenzuela Ortega, D. F., & Ortiz, O. (2021). Cualificación de los servicios prestados por la ANDE a los usuarios del Distrito de Salto del Guairá - Departamento de Canindeyú. *Rev. cient. estud. investig.*, 10(1), 139-153. <https://doi.org/10.26885/rcei.10.1.139>