

# 13

Fecha de presentación: diciembre, 2023

Fecha de aceptación: abril, 2024

Fecha de publicación: mayo, 2024

## EXPERIENCIA DEL CLIENTE:

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN ELECGALAPAGOS S.A

### CUSTOMER EXPERIENCE: ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT ELECGALAPAGOS S.A

Diego Merchán Llore<sup>1\*</sup>

E-mail: [diegomerchanll@gmail.com](mailto:diegomerchanll@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6538-0627>

Martha Villamar Pincay<sup>1</sup>

E-mail: [martha\\_4442@hotmail.com](mailto:martha_4442@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1966-5461>

\*Autor para la correspondencia: [diegomerchanll@gmail.com](mailto:diegomerchanll@gmail.com)

<sup>1</sup> Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Merchán Llore, D. & Villamar Pincay, M. (2024). Experiencia del Cliente: Análisis de la Calidad del Servicio en ELECGALAPAGOS S.A. *Universidad y Sociedad*, 16(3), 127-133.

#### RESUMEN

El presente estudio, tiene el interés de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS en el cantón San Cristóbal. Para ello se realizó un análisis cuantitativo donde se examina la calidad del servicio percibido en contraste con la del servicio esperado, permitiendo conocer las debilidades de la institución y plantear alternativas de mejora y conseguir subir los niveles de satisfacción del cliente. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, proporcionando información esencial sobre el comportamiento de las variables latentes y observadas. El constructo utilizado es el SERVQUAL, que mide la calidad de servicio; el instrumento incluye 22 indicadores, divididos en cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía). La escala de medición del constructo es en Likert, donde 1 representa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Lo resultados mostraron brechas significativas en elementos “Fiabilidad” específicamente en la terminación del servicio en el tiempo previsto y cumplimiento de promesas. La “Capacidad de respuesta” y “Seguridad” también muestran brechas negativas. Mientras que “Empatía” muestra áreas de fortaleza, como la atención individualizada y la atención personalizada. Es crucial que la empresa eléctrica identifique y adopte medidas correctivas para continuar elevando la percepción positiva del usuario.

**Palabras clave:** Calidad, Servicio, Satisfacción del usuario, Modelo SERVQUAL, ELECGALAPAGOS.

#### ABSTRACT

This study aims to evaluate the service quality of Galápagos Provincial Electric Company ELECGALÁPAGOS in San Cristóbal. To achieve this, we carried out a quantitative analysis that examines the perceived service quality in contrast with the expected service. We used a descriptive methodology that provided essential information on the behavior of the latent and observed variables. The construct used is SERVQUAL. The instrument includes 22 indicators divided into five dimensions: tangible elements, reliability, responsiveness, security, and empathy. We used the Likert measurement scale, where one represents total disagreement and seven total agree. The results showed significant gaps in “Reliability” elements, specifically in completing the service on time and fulfilling promises. There were also negative gaps in “Responsiveness” and “Security”. However, the areas of strength in the “Empathy” dimension were individualized attention and personalized attention. This contributes to identifying the weaknesses of the institution’s quality service management and adopting corrective measures to continue raising positive user perception.

**Keywords:** Quality, Service, User satisfaction, SERVQUAL model, ELECGALAPAGOS.

## INTRODUCCIÓN

Los servicios básicos, incluida la generación de energía eléctrica, son fundamentales para la calidad de vida y los derechos de los ciudadanos en Ecuador. Desde la creación de “Luz y Fuerza” en 1897, con la operación de turbinas hidroeléctricas en Loja, la electricidad se ha convertido en un servicio crucial para el desarrollo del país (ELECGALAPAGOS, 2023). En la década de 1920 y 1930 se suscribieron contratos de servicio con compañías norteamericanas, como la American Foreign Power Co., lo cual permite dotar del servicio eléctrico a las ciudades de Quito, Guayaquil y Riobamba (ELECGALAPAGOS, 2023).

Mientras el servicio eléctrico se expandía por el Ecuador, fue necesario crear normativas que regulen el uso de este servicio. En 1961 el Gobierno expide la Ley Básica de Electrificación, mediante la cual se crea el Instituto Ecuatoriano de Electrificación (INECEL) con 1200 centrales eléctricas y un promedio de potencia instalada de 100 kW por central. Pero fue hasta el 1974 que se inicia el proceso de electrificación de las Islas Galápagos y el 9 de noviembre de 1998, se constituye la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos (ELECGALAPAGOS, 2023). Al ser Galápagos un Patrimonio de la Humanidad, se implementa en 2007 el Parque Eólico (2,4 MW) en la isla San Cristóbal, destacando como la primera central de energía eólica renovable a nivel nacional, contribuyendo así al cuidado del medio ambiente (GSEP, 2003).

En la actualidad, la empresa ELECGALAPAGOS administra cuatro centrales de generación térmica, dos parques eólicos y cuatro plantas fotovoltaicas, distribuidas en cuatro sistemas eléctricos de potencia, uno en cada una de las islas habitadas del Archipiélago de Galápagos (SNP, 2022). Según los datos presentados por la Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales no Renovables, en colaboración con la Secretaría de Planificación del Ecuador (SNP), se registra que, en el año 2022, a nivel nacional, había 27,638.49 gigavatios-hora (GWh) disponibles en el sistema de distribución eléctrica. El 86.75% de esta capacidad (23,975.90 GWh) se destina al consumo de energía, mientras que el 13.25% restante (3,662.60 GWh) corresponde a pérdidas en el sistema. Datos del año 2021 indican que las provincias con una cobertura eléctrica más amplia fueron Pichincha (99.39%), Galápagos (99.46%), Carchi (99.84%) y Santo Domingo (99.42%) (SNP, 2022).

A diciembre de 2022, ELECGALAPAGOS prestaba servicios a aproximadamente 14,022 clientes, entre residenciales y comerciales, en las islas Santa Cruz-Baltra, San Cristóbal, Floreana e Isabela. En este contexto, el 99.84% de la población de estas islas tenía acceso a

la electricidad. El consumo total de energía asciende a 52,840 megavatios-hora (MWh) (MEM, 2023). El constante desarrollo y crecimiento de la institución impulsa a que en el 2017 se implemente el Sistema SCADA – Galápagos, cuyo objetivo es atender los reclamos de manera ininterrumpida y mejorar la calidad del servicio (ELECGALAPAGOS, 2023).

La gestión de calidad es un factor determinante que afecta la satisfacción del cliente y que conlleva en la percepción positiva o negativa de la imagen. En las instituciones públicas mantener una imagen positiva y ofrecer servicio de calidad es parte de sus objetivos institucionales. Al ofrecer un servicio, las instituciones deben valorar la calidad mediante los procesos establecidos y diferentes aspectos abstractos que involucra la percepción del cliente (Ganga et al., 2019). Los conceptos de calidad del servicio y satisfacción del servicio han ganado una atención creciente en todos los aspectos sociales, de negocio y marketing.

Académicos y profesionales han elogiado rápidamente los beneficios de la calidad y la satisfacción, considerándolos indicadores de la competitividad empresarial (de Ruyter et al., 1997). Algunos investigadores definen la satisfacción como los sentimientos de agrado o desagrado que alguien tiene por un producto o servicio después de comparar sus características y atributos en relación con las necesidades y expectativas del cliente (Bustamante et al., 2020; Kotler et al., 1990). Es por ello, que la medida de qué tan satisfechos están los clientes con un producto o servicio refuerza las actitudes positivas y promueve la recompra (Bitner & Hubbert, 1994; Moreno et al., 2023).

Sin embargo, para algunos investigadores los conceptos de calidad percibida y satisfacción están estrechamente interrelacionados (Ganga et al., 2019; Liljander, 1994). Para Ganga et al. (2019) la noción de calidad es un concepto que abarca diversos significados, ya que se trata de una construcción conceptual diseñada para explicar de manera lógica y coherente ciertos fenómenos abstractos. Además, la evaluación de la calidad en los servicios debe centrarse principalmente en comprender los aspectos que los clientes emplean para valorar el servicio, y en entender su percepción al respecto.

(Zeithaml, 1988) define la calidad percibida del servicio como la evaluación que hace el cliente de la excelencia o superioridad general del mismo. En 1985 se desarrolla el SERVQUAL por las palabras en inglés (Service Quality), un modelo para medir la satisfacción vinculada a la disconformidad o brecha entre las percepciones de los clientes y las expectativas sobre la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1988). La idea central de este

modelo es que la calidad del servicio se mide a través de las puntuaciones de diferencia o brechas entre expectativas o servicio esperado y experiencia o servicio recibido (Bustamante et al., 2020). Se han identificado cinco determinantes clave de la calidad del servicio (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles). La escala SERVQUAL, uno de los métodos existentes, ha sido extensamente aceptado y adoptado en numerosos contextos; demostrando que puede ser una herramienta útil y adecuada para medir la calidad del servicio en diversas industrias (Ganga et al., 2019).

La gestión de calidad es primordial para las instituciones del Estado, y hace hincapié en la eficiencia y eficacia del servicio que brindan a los consumidores. Es por ello que, la búsqueda de la calidad del servicio se ha convertido en un factor imperativo para todas las organizaciones impulsadas por la necesidad de sobrevivir y seguir siendo competitivas (Hu et al., 2009). Los clientes inicialmente tienen expectativas con respecto a los servicios, y su experiencia de uso les permite confirmar o refutarlas. Un estudio previo en Los Ríos, Ecuador que evaluó la satisfacción con la calidad del servicio eléctrico mostró que el 50% de los encuestados desconfía en la empresa eléctrica y no están completamente satisfecho con su servicio (Castillo & Yagual, 2019). En contraste con una investigación realizada en ciudad de Azogues en Ecuador, señala que en el sector rural el 58% de los encuestados manifiesta que la calidad del servicio es buena, el 39% indica que es excelente, lo que indica una percepción positiva de los consumidores. Además, el estudio indica que el 54% está satisfecho, el 26 % se encuentra muy satisfecho, el 11 % se encuentra altamente satisfecho (Cárdenas et al., 2020).

Es innegable que la calidad del servicio y la satisfacción son aspectos cruciales en el contexto de las empresas eléctricas en el Ecuador, debido a que influyen directamente en la percepción y satisfacción de los usuarios. En el contexto de Galápagos, la gestión de comercialización y atención de servicios, ya sea relacionada con la energía o vinculada al giro comercial, recae en la Dirección Comercial (ELECGALAPAGOS, 2023). Los procesos para esta gestión se encuentran exhaustivamente delineados en el sistema de gestión de calidad de ELECGALAPAGOS. Este enfoque ha posibilitado un seguimiento meticuloso de la administración y control de indicadores, promoviendo así un constante impulso hacia la mejora continua. Aunque en el 2022 el nivel de satisfacción general (89.72%) fue positivo, siendo el indicador del servicio al cliente con mejores resultados (96.79%) (ELECGALAPAGOS, 2023), aun es necesario continuar con los procesos de medición de la calidad del servicio.

La empresa de electricidad de Galápagos al buscar crecimiento constante y mejora, necesita conocer los aspectos con menores percepciones positivas cada año. Es por ello que identificar los factores más críticos de las experiencias de los clientes en cuanto a calidad de servicio eléctrico en Galápagos, proporcionaría información significativa; contribuyendo a la creación de estrategias y plan de mejoras en el servicio del sistema eléctrico. El interés de esta investigación es evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos ELECGALÁPAGOS en el cantón San Cristóbal y así poder conocer y corregir las debilidades de la institución y con esto plantear alternativas de mejora logrando la satisfacción del cliente. Se realiza mediante un instrumento de medición como el SERVQUAL lo cual considera en su medición cinco dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio introduce un método cuantitativo para examinar la calidad del servicio percibido por los usuarios de la empresa eléctrica de Galápagos. El alcance de la investigación es descriptivo, lo que implica el análisis a detalle de las variables latentes y observadas. De acuerdo a (Hernández et al., 2014) la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, proporcionando información sobre tendencias de un grupo o fenómeno.

La muestra utilizada para la investigación fue de 164 usuarios de la empresa eléctrica de Galápagos, Ecuador. Varios académicos recomiendan que una muestra mínima debe ser de 100 participantes para potencializar los resultados del modelo investigativo y alcanzar niveles aceptables de poder estadístico (Hoyle, 1995; Martínez Ávila & Fierro, 2018)ndNote>. Sin embargo, para obtener resultados estadísticamente más significativos, el cálculo de la muestra fue realizado mediante la fórmula para la muestra finita. Considerando que el total de usuarios que utilizan los servicios eléctricos de Galápagos son 3915, la fórmula se aplicó con 95% de confianza y 7.5% de error permitido; dando un total de 164 participantes.

Los datos de la investigación se recopilaron a través de un formulario digital de Google en los meses de mayo y junio de 2023. La encuesta se difunde ampliamente a través de las redes sociales y la plataforma de mensajería instantánea (Whatsapp). Se recogen un total de 168 respuestas, de las ellas cuatro fueron excluidas por inconsistencias. El constructo utilizado es el SERVQUAL, que mide la calidad de servicio; el instrumento incluye 22 indicadores o

variables observables, divididas en cinco dimensiones o variables latentes (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía). La escala de medición del constructo es en liker, donde 1 representa totalmente en desacuerdo y la 7 fue totalmente de acuerdo; a cual es denominada así en honor de Rensis Likert, quien diseñó este método en 1932 (Likert, 1932). En la tabla 1 se muestra las dimensiones y el concepto que representan.

Tabla1: Variables latentes SERVQUAL.

Dimensión	Concepto	Autor
Elementos tangibles	Se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, materiales de la institución, así como también los empleados estén bien presentados.	(Parasuraman et al., 1988)
Fiabilidad	Se refiere a como la organización ofrece un servicio de calidad de una manera correcta y a tiempo, se toma en cuenta la eficiencia y eficacia.	
Capacidad de respuesta	Se refiere a la atención ágil y eficiente del personal de la organización con el fin de solucionar los problemas ya que cada vez los usuarios son más exigentes.	
Seguridad	Se refiere a que los clientes se sientan seguro y el comportamiento de los empleados sea confiables.	
Empatía	Se refiere en comprender las necesidades de los clientes, ofrecer un buen servicio, mostrar interés y el nivel de atención que brindan las organizaciones.	

Fuente: elaboración propia.

Para garantizar los máximos estándares éticos, el equipo de investigación siguió pautas estrictas para asegurar que los participantes estuvieran completamente informados del objetivo de la encuesta y dieran su consentimiento voluntariamente. Además, la privacidad de los participantes estuvo protegida, debido a que no se solicitó ningún dato personal o privado en el formulario. En cuanto al análisis de los datos, se realizó un cotejo descriptivo de cada indicador de medición, utilizando el programa de Excel.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La tabla 2 despliega los resultados para percepción y experiencia de la calidad del servicio en la entidad ELECGALAPAGOS S.A. Los valores se determinaron mediante el cálculo de la media de cada indicador, según su dimensión o variable latente. Además, para obtener la brecha entre la calidad esperada (EX) versus la experiencia (SE) se cuantifica mediante la sustracción de (SE-EX). La primera dimensión, centrada en los "Elementos Tangibles", revela que en la apariencia moderna de los equipos existe una pequeña brecha negativa de -0.25. El resultado negativo indica que los usuarios tienen expectativas o perciben que los equipos utilizados por ELECGALAPAGOS estaban a la vanguardia. Sin embargo, después de su experiencia este indicador decrece. Este tipo de conjetura se debe a que los países en vías de desarrollo tienen acceso limitado a tecnología; ya sea por factores económicos, sociales, políticos o por la constante vertiginosidad tecnológica (Guerra et al., 2008).

Tabla 2: Resultados Brecha calidad del servicio.

Preguntas	Experiencia Servicio (SE)	Expectativa Servicio (EX)	Brechas SE-EX
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES			
Equipos de apariencia moderna	4.20	4.45	-0.25
Instalaciones físicas visualmente atractivos	4.95	4.83	0.12
Empleados con buena apariencia	4.77	4.66	0.11
Materiales visualmente atractivos	5.04	4.99	0.05
DIMENSIÓN: FIABILIDAD			
Cumplimiento de promesas	4.12	4.42	-0.30
Interés en solucionar el problema	4.18	4.54	-0.36

Realizan bien el servicio a la primera vez	4.61	5.24	-0.63
Terminan el servicio en el tiempo prometido	3.75	4.62	-0.87
Insisten en mantener registros libres de errores	4.34	4.70	-0.36
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA			
Informan con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.	4.12	4.76	-0.64
Personal rápido	4.20	4.59	-0.39
Empleados dispuestos a ayudar a los clientes	3.93	4.58	-0.65
Empleados nunca están demasiados ocupados para responder las inquietudes	3.76	4.55	-0.79
DIMENSIÓN: SEGURIDAD			
Confianza en el comportamiento de los empleados	4.49	4.57	-0.08
Seguridad en las transacciones (atención recibida, facturas...).	4.00	4.58	-0.58
Empleados amables	4.51	4.67	-0.16
Empleados con conocimientos suficientes para solventar cualquier inquietud	4.23	4.61	-0.38
DIMENSIÓN: EMPATIA			
Atención individualizada	4.73	4.73	0
Horario de atención conveniente para el cliente	4.66	4.98	-0.32
Atención personalizada	4.88	4.76	0.12
Preocupación por sus intereses y necesidades del cliente	4.05	4.58	-0.53
Comprensión de las necesidades específicas del cliente	3.94	4.50	-0,56

Nota: Experiencia del Servicio (SE) se refiere al servicio percibido y Expectativa Servicio (EX) se refiere al servicio esperado.

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, las expectativas de las instalaciones físicas eran ligeramente menor comparadas con la experiencia, siendo una brecha positiva (0,12). Se puede inferir que los usuarios esperan instalaciones en condiciones poco adecuadas. Es notable mencionar que en el Gobierno del Economista Rafael Correa (2007 - 2017), se realiza una gran inversión pública cuyo objetivo era la remodelación y mejora de las edificaciones estatales (Salgado-Tamayo, 2022 pp151-155). Este antecedente puede haber influenciado en las expectativas creadas por los residentes de Galápagos. Por otro lado, la apariencia del personal y del material (publicidad, facturas, etc.) también genera brechas positivas de 0,11 y 0,05 respectivamente, indicando que la experiencia es ligeramente más favorable que la expectativa en estos aspectos.

Los resultados para las expectativas de servicio (EX) y la experiencia real de servicio (SE) en la dimensión de "Fiabilidad" muestra que, en el cumplimiento de promesas, la media para experiencia real (4,12) es menor que la expectativa (4,42), generando una brecha negativa de -0,30. Similarmente, en el interés por solucionar problemas y la insistencia en mantener registros libres de errores, las expectativas son ligeramente más altas que la experiencia, resultando en brechas negativas de -0,36 en ambos casos. No obstante, es notorio que la realización exitosa del servicio a la primera vez exhibe la brecha más significativa, siendo de -0,63. Además, el tiempo de finalización del servicio (prometido) también presenta una brecha negativa considerable de -0,87.

En cuanto a “Capacidad de Respuesta” de ELECGALAPAGOS, los usuarios muestran brechas negativas en sus cuatro indicadores. Esto sugiere que la experiencia del servicio en términos de respuesta está por debajo de lo esperado por los usuarios. En lo que respecta a informar con precisión sobre la conclusión del servicio y la rapidez del personal, la experiencia real (4,76 y 4,59) es menor que las expectativas (4,12 y 4,20) respectivamente, generando una brecha de -0,64 y -0,39. Sin embargo, las mayores brechas se observan en la disposición de los empleados a ayudar a los clientes (-0,65) y en la disponibilidad para abordar inquietudes (-0,79), evidenciando discrepancias significativas entre las expectativas y la experiencia real.

La dimensión de “Seguridad” refleja que la confianza en el comportamiento de los empleados, la experiencia real (4,49), es ligeramente inferior a las expectativas (4,57), generando una pequeña brecha negativa de -0,08. Por otro lado, la seguridad en las transacciones exhibe una brecha negativa más pronunciada de -0,58, indicando que la experiencia real (4,00), está significativamente por debajo de las expectativas (4,58), en este aspecto. Además, en la amabilidad de los empleados, la brecha es negativa pero menos marcada (-0,16), y en la suficiencia de conocimientos para resolver inquietudes, la brecha es de -0,38.

Se evidencia que, en la dimensión de empatía, la atención individualizada, la experiencia real coincide exactamente con las expectativas, resultando en una brecha neutral de 0. Sin embargo, en el horario de atención conveniente para el cliente, preocupación por sus intereses y necesidades del cliente y comprensión de las necesidades específicas del cliente, la brecha es negativa (-0,32, -0,53, -0,56), respectivamente, sugiriendo que la experiencia real (4,66, 4,05, 3,94), están por debajo de las expectativas (4,98, 4,58, 4,50). Se evidencia que aún no se cumple con lo esperado por los usuarios; el cuidar el interés ciudadano debe ser uno de los objetivos de la empresa para que pueda continuar brindando sus servicios a la comunidad. Además, es importante una adecuada atención, planillas acordes al consumo, cumplir con los trabajos a tiempo a fin de mejorar la imagen que tiene la empresa.

## CONCLUSIONES

La evaluación de la calidad del servicio revela que el nivel de satisfacción de los usuarios alcanza un grado aceptable, aunque con una tendencia hacia la alta satisfacción. No obstante, es crucial que la empresa eléctrica identifique y adopte medidas correctivas para continuar

elevando la percepción positiva del usuario. El objetivo final es convertirse en una empresa eléctrica de excelencia, dado que las expectativas de los usuarios aún no se cumplen en su totalidad por parte de la institución.

La evaluación exhaustiva de las dimensiones de servicio muestra discrepancias significativas entre la experiencia real (SE) y las expectativas (EX) en varios aspectos. En la dimensión de “Elementos Tangibles”, la terminación del servicio en el tiempo previsto tiene una diferencia significativa de -0,87, lo que indica una oportunidad de mejora en la puntualidad. Sin embargo, la apariencia del equipo y el material publicitario cumplen con las expectativas. La dimensión de “Confianza” destaca discrepancias notables en áreas importantes como el cumplimiento de promesas y la realización exitosa del servicio por primera vez.

La “Capacidad de respuesta” muestra brechas negativas significativas, lo que indica la necesidad de mejorar la comunicación sobre la conclusión del servicio y la disposición del personal para ayudar a los clientes. Las transacciones de “Seguridad” muestran una brecha significativa de -0,58, lo que indica una discordancia significativa en la seguridad percibida. La “Empatía” muestra áreas de fortaleza, como la atención individualizada y la atención personalizada, pero también muestra diferencias notables en la conveniencia del horario de atención y la comprensión de las necesidades específicas del cliente.

Debido a que existe desconfianza y cierto grado de inconformidad de los usuarios, la imagen de ELECGALAPAGOS puede verse afectada. Para mejorarla, es necesario tomar acciones correctivas que permitan a la entidad ofrecer un servicio de calidad, donde la eficiencia y eficacia sean parte de la atención. Dicho objetivo se puede lograr al considerar la “calidad” como una táctica primordial para alcanzar un rendimiento óptimo. Es fundamental reconocer que, en las instituciones públicas que ofrecen servicios, el éxito está intrínsecamente ligado a la entrega de un servicio de calidad, ya que la mejora continua en este aspecto es el factor clave que influye directamente en la satisfacción del consumidor. Aunque en general la entidad ELECGALAPAGOS cumple con los criterios mínimos en calidad de servicio real; es decir una media < 4.5 en cada dimensión e indicador, es importante delinear estrategias que permitan mejorar su capacidad de respuesta, la confianza y la seguridad que fueron dimensiones con mayores brechas. Recordando que la percepción que tienen los usuarios y la población general señala el lugar que ocupa ese servicio público, en la escala de estima que tiene la sociedad (Ganga et al., 2019).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: The customer's voice. *Service quality: New directions in theory and practice*, 72-94.
- Bustamante, M. A., Zerda, B. E. R., Obando, F., & Tello, S. M. G. (2020). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Empresarial*, 13(2), 1-15. <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159>
- Cárdenas, F. P. P., Palacios, M. M. T., Alvarado, P. I. R., & Castillo, D. C. (2020). Calidad del servicio de energía eléctrica en el sector rural de la ciudad de Azogues. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), 401-429.
- Castillo, R. R. M., & Yagual, F. E. V. (2019). Evaluación de la satisfacción del cliente de una empresa distribuidora de electricidad del Ecuador. *Revista Mapa*, 3(15).
- de Ruyter, K., Bloemer, J., & Peeters, P. (1997). Merging service quality and service satisfaction. An empirical test of an integrative model. *Journal of Economic Psychology*, 18(4), 387-406. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00014-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00014-7)
- ELECGALAPAGOS. (2023). *Historia*. Empresa Eléctrica de Galápagos. Retrieved Diciembre 3th, 2023 from <https://www.elecgalapagos.com.ec/historia/>
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt-Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681.
- GSEP. (2003). *Proyecto Eólico Isla San Cristóbal - Galápagos 2003-2016*. Global Sustainable Electricity Partnership. Retrieved Diciembre 1st, 2023 from <https://www.globalelectricity.org/wp-content/uploads/2022/10/Galapagos-Report-2016-Spanish.pdf>
- Guerra, M., Hilbert, M. R., Jordán, V., & Nicolai, C. (2008). Panorama Digital 2007 de América Latina y el Caribe: Avances y desafíos de las políticas para el desarrollo con las Tecnologías de Información y Comunicaciones.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). México Mc Graw-Hill.
- Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Sage. [https://books.google.co.kr/books?hl=ko&lr=&id=CoM5DQA AQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=hoyle+1995&ots=Bzq5q7oVen&sig=S\\_jdEu2--V7Sj2jjJ2W IMey7s4&redir\\_esc=y#v=onepage&q=hoyle%201995&f=false](https://books.google.co.kr/books?hl=ko&lr=&id=CoM5DQA AQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=hoyle+1995&ots=Bzq5q7oVen&sig=S_jdEu2--V7Sj2jjJ2W IMey7s4&redir_esc=y#v=onepage&q=hoyle%201995&f=false)
- Hu, H.-H., Kandampully, J., & Juwaheer, T. D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study. *The Service Industries Journal*, 29(2), 111-125. <https://doi.org/10.1080/02642060802292932>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harker, M., & Brennan, R. (1990). *Marketing: an introduction* (Vol. 1). Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes (Archives of Psychology, No: 140). *New York City: Columbia University*, 7(3).
- Liljander, V. (1994). Modeling Perceived Service Quality Using Different Comparison Standards. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7, 126-142.
- Martínez Ávila, M., & Fierro Moreno, E. (2018). Application of the PLS-SEM technique in Knowledge Management: A practical technical approach. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 130-164.
- MEM. (2023). *Plan de Transición Energética de Galápagos*. Ministerio de Energía y Minas. Retrieved Diciembre 1th, 2023 from <https://www.recursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/11/BID-GALAPAGOS-PUBLICACION-v7-fotos-comprimido.pdf>
- Moreno Brito, Y. L., Ban, H.-J., & Kim, H.-S. (2023). Ecological hotels' customer satisfaction through text mining of online reviews: a case of Ecuador hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/jhti-09-2022-0467>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Salgado Tamayo, M. M. a. (2022). *Estado y desarrollo en el gobierno de Rafael Correa (2007-2017)* [Doctorado, Universidad Andina Simón Bolívar]. Quito, Ecuador.
- SNP. (2022). *Balance Nacional de Energía Eléctrica mayo 2022 (BNEE)*. Secretaría Nacional de Planificación. Retrieved Diciembre 3th, 2023 from <https://www.datosabiertos.gob.ec/dataset/https-www-controlrecursosyenergia-gob-ec-balance-nacional-de-energia-electrica/resource/ac641dcc-ecab-4457-8cbd-09a626ed7f92>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.