

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS OFICINAS DE DEFENSA AL CONSUMIDOR (ODECO)

MS.c. Juan Carlos Arancibia Carpio

juancarlosarancibiapio@gmail.com Sucre – Bolivia

Lic. Madai Raysa Moscoso Serrudo

moscosomadai@gmail.com Sucre – Bolivia

RESUMEN

Una vez que ODECO recibe la denuncia sigue un procedimiento legal; mediante el cual, se notifica al denunciado y al denunciante para establecer una audiencia de conciliación que permita llegar a un acuerdo entre partes.

Si una de las partes no se hace presente, nuevamente se hace la notificación y en caso de que no se llegue a un acuerdo, entonces, ODECO, emite una resolución administrativa a favor o en contra, dependiendo del tipo de vulneración del derecho del consumidor.

Ante esas irregularidades atentatorias a los derechos de los usuarios, se hace necesario asumir normas referidas a los alcances de los contratos desde el tamaño de las letras hasta los límites de las condiciones planteadas por proveedores en todos sus niveles, de esa forma se contribuirá a establecer un real acuerdo entre proveedor/usuario en mutuo beneficio.

La Oficina de Defensa del Usuario y Consumidor de la Alcaldía de Sucre, ha considerado; por una parte, atender quejas y reclamos de la ciudadanía y por otra, comprometida en contribuir en el mejoramiento de la calidad en la prestación de los servicios, ha establecido la necesidad de realizar un estudio que determine la calidad y los grados de satisfacción de los usuarios en la prestación de los servicios de las oficinas de ODECO en cada una de las instituciones en la Ciudad de Sucre. Por esta razón, ha establecido un acuerdo con la Carrera

de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UMRPSFXCH para realizar un estudio al respecto.

Se plantea la siguiente formulación del problema: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en la prestación de servicio de ODECO en la Ciudad de Sucre?.

El objetivo del presente estudio es determinar al nivel de satisfacción de las oficinas de ODECO en la Ciudad de Sucre. Entre los objetivos específicos tenemos: Determinar las características de las ODECO de la Ciudad de Sucre. Analizar leyes que regulan el servicio de ODECO en la Ciudad de Sucre. Evaluar el servicio de ODECO que ofrecen a los usuarios en la Ciudad de Sucre.

PALABRAS CLAVE: Calidad, servicio, consumidor.

ABSTRACT

Once ODECO receives the complaint, it follows a legal procedure; whereby, the accused and the complainant are notified to establish a conciliation hearing that allows an agreement between the parties to be reached.

If one of the parties is not present, the notification is made again and in the event that an agreement is not reached, then ODECO issues an administrative resolution in favor or against, depending on the type of violation of consumer rights.

Faced with these irregularities that threaten the rights of users, it is necessary to assume rules referring to the scope of contracts from the size of the letters to the limits of the conditions proposed by providers at all levels, in this way it will help to establish a real agreement between provider / user for mutual benefit.

The Office of Defense of the User and Consumer of the Mayor's Office of Sucre, has considered; On the one hand, to attend to complaints and claims of the citizenship and on the other, committed to contributing to the

improvement of the quality in the provision of services, has established the need to carry out a study that determines the quality and degrees of satisfaction of the users in the provision of the services of the ODECO offices in each of the institutions in the City of Sucre. For this reason, it has established an agreement with the Business Administration Career of the Faculty of Economic and Business Sciences of the UMRPSFXCH to carry out a study in this regard.

The following formulation of the problem is proposed: What is the level of customer satisfaction in the provision of ODECO service in the City of Sucre?.

The objective of this study is to determine the level of satisfaction of the ODECO offices in the City of Sucre. Among the specific objectives we have: Determine the characteristics of the ODECO of the City of Sucre. Analyze laws that regulate the ODECO service in the City of Sucre. Evaluate the ODECO service offered to users in the City of Sucre.

KEY WORDS: Quality, service, consumer.

INTRODUCCIÓN

La premisa que debe regir una relación de consumo es el cumplimiento de lo ofertado por el proveedor al consumidor y la observancia y respeto a las condiciones pactadas entre ambas partes. Cualquiera que sea el bien o servicio adquirido por un consumidor, debe ser provisto en las condiciones que hayan sido ofertadas y a su vez, aceptadas; aun cuando estemos hablando de un contrato cuyo contenido no ha podido ser discutido por el consumidor, documentos que se denominan contratos de adhesión.

Sin embargo, de esta situación, es común lamentablemente, que el proveedor obligado a brindar un determinado bien o servicio en ciertas condiciones, no cumpla con la cantidad o calidad pactada, no respete el plazo convenido, haya ocultado o tergiversado información, entre otras, vulnerando de esta forma el acuerdo arribado con el consumidor.

En ese caso, la necesidad del consumidor que ha sufrido el incumplimiento y, por consiguiente, la violencia y transgresión de sus derechos; es acceder a la justicia de la manera más pronta y ágil posible, para posibilitar la reparación del derecho vulnerable, la sanción al proveedor causante del perjuicio y cuando corresponda, el pago de una compensación por el daño causado.

En ese escenario, puede advertirse las razones por las cuales el derecho a la reclamación de que gozan los consumidores, constituye un derecho básico es este colectivo social, ya que es la puerta de acceso a la justicia, ya sea por la vía administrativa o incluso judicial.

El hecho de presentar un reclamo o reclamación ante el proveedor en una primera instancia, hace conocer la disconformidad del consumidor respecto de un bien o servicio, por el cual ha erogado una suma de dinero. La presentación del reclamo genera a su vez otra obligación para el proveedor, que es la atención oportuna del mismo, con el objetivo de satisfacer la primera expectativa generada en el consumidor.

En caso de no ser atendida la reclamación presentada, es deber del Estado brindar el marco normativo de protección del derecho de acceso a la justicia y a la reclamación de usuarios y consumidores, implementando vías de resolución alternativa de conflictos, como la mediación y el arbitraje de consumo, que garanticen el respeto a los derechos del consumidor, de forma ágil, oportuna y de ser posible, gratuita.

El derecho a la reclamación es un derecho que debe ser ejercido por el consumidor de forma habitual, cuantas veces nos encontremos insatisfechos con un bien o servicio adquirido, por las vías que las normas nos franqueen, y no solamente quedarnos en expresar nuestra "queja" o "lamento", ya que de esa forma es posible lograr que los proveedores implementen mejoras en los bienes y servicios que ofertan al público y que respeten los derechos que asisten a usuario y consumidores.

Todos los ciudadanos que requieren servicios básicos o financieros, se encuentran sujetos a condiciones establecidas con los contratos de adhesión elaborados unilateralmente por los prestadores de servicios quienes plantean sus condiciones a través de cláusulas, que muchas veces atentan contra los derechos de usuario.

Estas condicionantes son entendidas como cláusulas abusivas, cláusulas que por sí solas o combinadas van en contra de los intereses económicos del usuario creando un desequilibrio manifiesto entre los derechos y obligaciones de las partes.

En este tipo de contratos, se refleja el poder de imposición de una de las partes que generalmente se constituyen en entidades financieras, empresas, o cooperativas, proveedoras de servicios sobre los usuarios que son la parte débil de esta relación contractual.

Esta situación pone en gran desventaja al usuario de servicios, por constituirse en parte adherente, pues en estos contratos los prestadores de servicios a través de diversos mecanismos que van desde el uso de letra menuda, uso de tecnicismos, hasta el planteamiento de cláusulas ambiguas que resultan muy poco comprensivas para el usuario imponen de forma unilateral las condiciones de prestación del servicio a favor de sus intereses.

De esa manera, los proveedores se excusan de responsabilidades, limitan cumplimientos, imponen indemnizaciones desproporcionadas, amedrentan con penalizaciones a la otra parte, hasta son capaces de afectar los bienes patrimoniales y lo que es peor obstaculizan el ejercicio de acciones de defensa y todo de manera unilateral.

MARCO TEÓRICO Y NORMATIVO

Marco Normativo legal para el Servicio de ODECO

Revisada la normativa legal que regula los derechos y garantías de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y consumidores, se han identificado normas centrales, entre estas están las siguientes:

Ley General de los Derechos de las Usuarias y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores.

Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

Ley General de los Derechos de las Usuarias y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores Ley N° 453.

El país cuenta con una Ley General de los Derechos de las Usuarias y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores promulgada el 4 de Diciembre de 2013, una Ley que otorga a todo ciudadano en su condición de usuario o consumidor, sobre la base constitucional mencionada, el derecho a la salud e integridad física; el derecho a la protección, el derecho al acceso a la información; el derecho al trato equitativo; el derecho a la libre elección de productos y servicios; y el derecho a la reclamación; asimismo, garantías en materia de servicios básicos, financieros y médicos, donde la población se siente protegida por el Estado de manera objetiva, efectiva, inmediata y oportuna, logrando de esta manera, una mejor calidad de vida en la búsqueda del vivir bien.

A continuación, se describen, los artículos referidos al presente estudio:

Artículo 3. (ALCANCE Y ÁMBITO DE APLICACIÓN). Están sujetos a las disposiciones de la presente Ley, los proveedores de productos o servicios, así como las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, en sus relaciones de consumo.

Artículo 4. (ALCANCE DE POLÍTICAS). El nivel central del Estado establecerá las políticas generales y específicas en defensa de derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, en los siguientes casos:

Actividades reguladas por normativa del nivel central.

Actividades de alcance nacional que trasciendan las competencias y jurisdicción de las entidades territoriales autónomas.

Artículo 5. (DEFINICIONES). Para los efectos de la presente Ley se establecen las siguientes definiciones:

Usuarias y Usuarios, Consumidoras y Consumidores. Son las personas naturales o jurídicas que adquieran, utilizan o disfrutan productos o servicios, como destinatarios finales.

Proveedores. Son las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, suministro, distribución, comercialización y otras, de productos o de prestación de servicios en general destinados directamente a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores finales. No se considera proveedores a quienes ejercen una profesión libre.

Producto. Es todo bien que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades de uso y consumo final.

Servicio. Son aquellas actividades suministradas o provistas al mercado, destinadas a satisfacer necesidades o requerimientos de las usuarias y los usuarios. Se incluyen los servicios básicos establecidos en la Constitución Política del Estado.

Autoridad Competente. Es la autoridad administrativa de los distintos niveles del Estado, con atribuciones establecidas mediante norma para ejercer las tareas de supervisión y control de la provisión de productos o el suministro de servicios.

Inocuidad. Es la característica sanitaria que asegura que un producto o servicio no causa daño a la salud de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Consumismo. Es la desviación de los hábitos de consumo, orientados a la irracional acumulación, compra o consumo de productos o servicios, que compromete seriamente el equilibrio ecológico y la capacidad de regeneración de la Madre Tierra.

Publicidad Engañosa. Es cualquier modalidad de publicidad, información o comunicación total o parcialmente falsa que induzca a error respecto a las características, modo de empleo u otro dato del producto o servicio.

Publicidad Abusiva. Es la publicidad o información discriminatoria, que instiga o induce a la violencia o al miedo, aprovechándose de la falta de discernimiento e infringiendo valores ambientales, morales y éticos, que es capaz de inducir a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o integridad física.

Relación de Consumo. Es el vínculo que se establece entre el proveedor, que provee un producto o presta un servicio, y quien lo adquiere, utiliza o consume como destinatario final.

Artículo 6. (PRINCIPIOS). Los principios que rigen la protección y defensa de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores son:

Artículo 6. (PRINCIPIOS). Los principios que rigen la protección y defensa de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores son:

Vivir Bien, sumajkausay, suma qamaña, ñandereko, tekokavi, ivimaraei, qhapajñan. Se asumirá y promoverá la complementariedad entre el acceso y disfrute de los bienes materiales y la realización afectiva, subjetiva y espiritual, buscando satisfacer las necesidades en armonía con la naturaleza.

Consumo Responsable y Sustentable. Los hábitos de consumo procuran el uso de productos y servicios en armonía y equilibrio con la Madre Tierra.

Protección. Se establecen mecanismos legales e institucionales destinados a garantizar el ejercicio de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Integralidad. La interrelación, interdependencia y funcionalidad de las instituciones del Estado Plurinacional, se realiza acorde a los procesos políticos, sociales, culturales, ecológicos, económicos, productivos y de consumo desde las dimensiones del Vivir Bien, como base de la economía y el desarrollo, armonizados y articulados. Integridad. Las relaciones de consumo se presumen fundadas en la licitud, honestidad y ética.

Favorabilidad. En caso de duda, la Ley y las estipulaciones convenidas se aplicarán en la forma más favorable a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Artículo 7. (MECANISMOS INSTITUCIONALES). Es responsabilidad de las entidades del Estado, en todos sus niveles y en el marco de sus competencias, desarrollar mecanismos institucionales e instrumentos normativos que garanticen el ejercicio de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Artículo 13. (DERECHO A LA INFORMACIÓN). Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tienen derecho a recibir información fidedigna, veraz, completa, adecuada, gratuita y oportuna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Artículo 14. (OBLIGACIÓN DEL PROVEEDOR). El proveedor de productos o servicios, de conformidad a su normativa específica, está obligado a:

Proporcionar información sobre las características, composición nutricional, forma de uso o conservación de los productos o servicios ofertados, de manera accesible para las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores,

Proporcionar información sobre los posibles riesgos que puedan afectar la salud e integridad física, que provengan del consumo o uso del producto o servicio.

e) El proveedor de productos o servicios alimenticios, está obligado a tener información accesible con relación a la calidad del producto o del servicio y con las especificaciones de sus características principales.

Consignar el precio total en moneda nacional que incluya los tributos, comisiones y cargas que correspondan.

Informar oportunamente sobre los ajustes de tarifas en los servicios, así como el rango de precios que estén disponibles para un mismo producto o servicio.

Proporcionar información en idioma castellano, de ser necesario a través de etiquetas complementarias y, en lo posible, en otro idioma oficial del Estado.

Consignar en etiquetas las equivalencias de peso, medida o volumen, cuando no correspondan al sistema nacional de pesas y medidas.

Proporcionar información necesaria, cuando se cuente con una variedad de productos o servicios de similares características, para que las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores puedan asumir una decisión favorable a sus intereses.

En caso de medicamentos con el mismo principio activo o denominación genérica, ofertar sus alternativas.

Indicar la información de las ofertas, cuando se publiciten rebajas de precios y promociones.

Otros que se determinen en normativa específica.

Artículo 15. (INFORMACIÓN PARA PERSONAS VULNERABLES). El proveedor de productos o servicios alimenticios, está obligado a proporcionar información:

De alimentos que causen daños o riesgos a la salud de las mujeres gestantes, al embrión, al feto o al recién nacido, adultos mayores y personas con discapacidad.

Sobre los beneficios de la leche materna.

De los daños o riesgos a la salud de las niñas, niños y adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad.

Artículo 27. (ACCESO A LOS SERVICIOS BÁSICOS). Para acceder a la conexión, instalación o provisión de servicios básicos, los operadores y proveedores no podrán solicitar a las usuarias y los usuarios, más requisitos que los que estén previstos en la normativa específica.

Artículo 28. (CORTE DEL SUMINISTRO DE SERVICIOS BÁSICOS). Los proveedores no podrán realizar el corte del suministro de servicios básicos, salvo las condiciones y procedimientos establecidos en la normativa específica.

Artículo 29. (INTERRUPCIÓN DEL SERVICIO). La interrupción del suministro de servicios básicos, sólo será posible previa comunicación a la autoridad del sector e información a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, de acuerdo al procedimiento establecido en la normativa del sector.

Artículo 30. (DEVOLUCIÓN DE PAGOS). El proveedor que imponga a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, cargas económicas en la facturación por error, deberá devolver el monto cobrado, de acuerdo a lo establecido en la normativa específica.

Artículo 31. (ATENTADO CONTRA LOS SERVICIOS BÁSICOS). El proveedor que atente contra la seguridad o normal funcionamiento de los servicios básicos, será pasible a las sanciones previstas en la normativa penal vigente.

Artículo 35. (ALCANCE DEL CONSUMO RESPONSABLE Y SUSTENTABLE). Los proveedores, las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, en sus relaciones de consumo, deben promover el consumo solidario, socialmente justo, respetuoso de las personas y las culturas, en armonía con la Madre Tierra y precautelando el hábitat de las generaciones futuras, en el marco del Vivir Bien.

Artículo 39. (DEBERES DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS, DE LAS CONSUMIDORAS Y LOS CONSUMIDORES). Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, en sus relaciones de consumo, deberán:

Informarse sobre el consumo responsable y sustentable, y contribuir a promoverlo.

Observar y asumir las advertencias e instrucciones en relación al adecuado uso, consumo, instalación o conservación del producto o servicio.

Propender a no causar daños a la Madre Tierra por el consumo y residuo de productos o servicios.

Propiciar y ejercer un consumo racional y responsable de productos y servicios.
Denunciar la existencia de productos y servicios que pongan en riesgo la salud o integridad física de la población.
Apoyar y promover en campañas y programas de concientización y sensibilización, para el ejercicio pleno de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Artículo 40. (DEBERES DE LOS PROVEEDORES). Los proveedores que ofrezcan productos o servicios deberán cumplir, con lo siguiente:

Promover la educación sobre el consumo responsable y sustentable.
Obtener las licencias o autorizaciones respectivas para la realización de sus actividades de provisión de productos o el suministro de servicios.
Brindar atención sin discriminación, con respeto, calidez, cordialidad a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.
Suministrar en condiciones de calidad, igualdad, equidad, accesibilidad y de manera ininterrumpida, de productos o servicios, salvo los casos previstos en la normativa específica.
Remitir ante la autoridad competente los modelos de contratos de adhesión, para su aprobación.
Adoptar mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la protección del secreto, confidencialidad e intimidad de la información de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, conforme la Constitución Política del Estado, la presente Ley y la normativa específica.
Habilitar medios e instrumentos adecuados y permanentes para que las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores puedan efectuar sus consultas y reclamaciones, como líneas telefónicas, plataformas de atención al público, puntos de reclamación, entre otros.
Atender y resolver, de manera eficiente y eficaz, las solicitudes y reclamaciones realizadas por las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.
Comunicar e informar con anterioridad sobre la interrupción del servicio, a las autoridades que correspondan y a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores afectados.
Exhibir certificaciones de habilitación u otros documentos, que acrediten las capacidades u ofertas de servicios especializados.
Entregar a la usuaria y al usuario, en el caso de servicios, constancia escrita de las condiciones, derechos y obligaciones de ambas partes, copia del contrato suscrito, de los anexos y de toda documentación relacionada. Sin perjuicio de ello, deberán mantener tal información disponible para las usuarias y los usuarios en sus oficinas de atención al público o en otros medios de información adecuados para el efecto.
Capacitar permanentemente a su personal respecto a la atención de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.
Introducir información de derechos y obligaciones de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, en la facturación que se extienda.
Otras que establezca la normativa específica.

Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

El Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, con el objeto de realizar un análisis integral para establecer un régimen de protección y defensa de los consumidores de la Sección

Capital Sucre aprobó la Ley Municipal Autónoma de Defensa de los Consumidores y Usuarios, del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, bajo la Ley Municipal Autónoma N° 081/16 del 7 de Marzo de 2016. La información más relevante es la siguiente:

ARTÍCULO 5. (DEFINICIONES). Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

CONSUMIDORES, son personas naturales o jurídicas que adquieren un producto del proveedor, con el fin de satisfacer necesidades propias de consumo u otros, para sí o para terceros.

USUARIOS, son personas naturales o jurídicas que hacen uso de un bien ajeno público o privado, de manera limitada por existir una relación de prestación de servicios con el proveedor.

PROVEEDORES, son las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que participan en los procesos de elaboración, producción, fabricación, importación, transporte, distribución, comercialización y venta de productos o de prestación de servicios en general destinados directamente a los consumidores y usuarios.

PRODUCTO, es todo bien, que se ofrece en el mercado para satisfacer las necesidades de uso y consumo final.

SERVICIO, son las actividades prestadas, que satisfacen las necesidades o requerimientos de los usuarios.

AUTORIDAD COMPETENTE, es la Autoridad Municipal, con atribuciones establecidas y normadas para ejercer las tareas de control y supervisión para la provisión de productos o suministro de servicios.

INOCUIDAD, es la característica sanitaria que asegura que un producto o servicio, no cause daño a la salud de los consumidores y usuarios.

CONSUMO, es la acción y efecto de consumir productos, bienes o servicios, para satisfacer necesidades.

PUBLICIDAD, es la comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige a los consumidores y usuarios, por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio.

PUBLICIDAD ENGAÑOSA, es cualquier modalidad de publicidad, información o comunicación total o parcialmente falsa, que induzca a error respecto a las características, modo de empleo u otro dato del producto o servicio.

RELACIÓN DE CONSUMO, es el vínculo que se establece entre el proveedor, que provee un producto o presta un servicio, y quien lo adquiere, utiliza o consume como destinatario final.

DEVOLUCIÓN, es la facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en fecha inmediata a la de la recepción del mismo, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas.

ESPECULACIÓN, es la práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios.

OFERTA, práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor a los consumidores y usuarios.

DISTRIBUIDORES O COMERCIANTES, las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detalle, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

PRODUCTORES O FABRICANTES, son las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

RECLAMACIÓN, es un acto voluntario de los consumidores y usuarios realizado ante la Autoridad Competente, cuando consideren que sus derechos han sido vulnerados, en el marco del respeto.

ARTÍCULO 6. (DERECHOS, DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS). Son los siguientes:

A la protección contra la publicidad engañosa o abusiva.

A la educación del consumidor, orientada al consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.

A la reparación por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de productos y servicios.

Al acceso de mecanismos efectivos, para la tutela administrativa de sus derechos e intereses legítimos, para la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos.

A seguir las acciones administrativas que correspondan.

A la reclamación, cuando consideren que sus derechos de consumidor o usuario se encuentren vulnerados.

A la información fidedigna sobre las características y contenido de los productos que consuman y servicios que utilicen.

Y otras establecidas por normativa legal vigente concernientes al tema.

ARTÍCULO 7. (OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS). Son las siguientes:

Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de productos y servicios.

No afectar el medio ambiente mediante, el consumo de productos o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido.

Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como las de los demás, por el consumo de productos o servicios licitas.

Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los productos y servicios a consumirse.

Y otros establecidos en normativa legal vigente concerniente al tema.

ARTÍCULO 8. OBLIGACIONES DE LOS PROVEEDORES. Son las siguientes:

Entregar a los consumidores y usuarios, información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los productos o servicios, de tal modo que puedan realizar una elección adecuada .

Entregar o prestar, oportuna y eficientemente los productos o servicios, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con los consumidores y usuarios.

Deberán dar conocimiento al público, de los precios, productos que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse por las instancias competentes.

El precio deberá indicarse de un modo claramente visible, que permita a los consumidores y usuarios, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

Proporcionar información sobre las características, composición nutricional, forma de uso o conservación de los productos o servicios ofertados, de manera accesible para los consumidores y usuarios.

Proporcionar información sobre los posibles riesgos que puedan afectar la salud e integridad física, que provengan del consumo o uso del producto o servicio.

Portar con el carnet sanitario municipal, debidamente actualizado.

Aplicar y capacitarse en buenas prácticas de higiene {BPH} y las buenas prácticas de manufactura (BPM), dependiendo el rubro y otras establecidas por normativa legal vigente concerniente al tema.

ARTÍCULO 9. (POLÍTICAS MUNICIPALES). El Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, podrá proponer, promover, impulsar y garantizar políticas municipales, en materia de derechos de los consumidores y usuarios, así como implementar programas y proyectos de educación y difusión de estos derechos.

ARTÍCULO 10. (PLAN MUNICIPAL DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS). El Ejecutivo Municipal, formulará en el marco de sus competencias, el Plan Municipal de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, en coordinación con las entidades competentes.

ARTÍCULO 11. (POLÍTICA DE CONSUMO). Se promoverá:

El acceso al consumo, en condiciones de trato digno y equitativo, sin discriminaciones ni arbitrariedades por parte de los proveedores, hacia los consumidores y usuarios.

La protección en contra de las prácticas que puedan perjudicar la posibilidad de que los consumidores y usuarios elijan a sus proveedores.

La competencia leal y efectiva, a fin de brindar a los consumidores y usuarios, la posibilidad de elegir variedad de productos, servicios a precios y peso justos.

El abastecimiento por parte de los proveedores de productos alimenticios de consumo humano y animal; para la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Artículo 20. (DEFINICIÓN). Se crea la Dirección Municipal de Defensa de los Consumidores y Usuarios, con el objeto de prevenir, controlar, vigilar, defender los derechos, garantías e intereses de los consumidores y usuarios, dentro las relaciones de consumo y prestaciones de servicios.

La Dirección Municipal de Defensa de los Consumidores y Usuarios, deberá proponer, promover, impulsar y garantizar políticas municipales, en materia de derechos de los consumidores y usuarios. Así como implementar programas y proyectos de educación y difusión de estos derechos.

ARTÍCULO 21. (ORGANIZACIÓN). La organización y funcionamiento de la Dirección Municipal de Defensa de los Consumidores y Usuarios, deberá ser incluido dentro la estructura administrativa del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre, debiendo contar con todo lo necesario, para su correcto funcionamiento.

ARTÍCULO 22. (ATRIBUCIONES). Son las siguientes:

Brindar información, orientación y educación a los consumidores y usuarios.

Registrar a las Organizaciones de Defensa de los Consumidores y Usuarios, previo el cumplimiento de formalidades legales, a ser reguladas, de acuerdo a normativa vigente.

Efectuar controles de calidad, sanidad, elaboración, transporte y venta de productos alimenticios de consumo humano, animal y servicios, en su caso, realizar las actuaciones competentes ante las instancias correspondientes.

Recibir reclamaciones de los consumidores y usuarios, por incumplimiento de normas y Reglamentos Municipales, en contra de proveedores que suministran productos o servicios.

A través de las instancias competentes verificar en el lugar de los hechos, los extremos de la denuncia.

Atender, responder y solucionar oportunamente los reclamos de los consumidores y usuarios. Fijar y celebrar audiencias conciliatorias entre el denunciante y el proveedor denunciado. Abrir el archivo correspondiente con las actuaciones realizadas en caso de conciliación, si no se pudiera conciliar, se resolverá as reclamaciones, de acuerdo a Reglamento específico. Proponer iniciativas legislativas, de reglamentos procedimentales que establezcan sanciones específicas, que protejan a los consumidores y usuarios, dentro el ámbito de sus competencias. Promover y ejecutar programas de información, socialización pública de los derechos de los consumidores y usuarios, la normativa vigente y los mecanismos para su protección. Solicitar información a los proveedores que suministran productos y/o prestan servicios en el Municipio.

Realizar la gestión, seguimiento y coordinación de las reclamaciones que se presenten, ante otras Autoridades del Nivel Central, Departamental y Sectorial, a efectos de garantizar la efectiva protección y pedir cuando corresponda la pronta aplicación de medidas precautorias, la pronta restauración de los derechos vulnerados, así como las sanciones que corresponda. Ejecutar de manera coordinada con las instancias de los diferentes niveles del Estado, acciones de control periódico al suministro de alimentos que realizan los proveedores, verificando la calidad, inocuidad, peso exacto, precio y demás condiciones que hacen una alimentación saludable.

Efectuar acciones de control periódico, dirigido prioritariamente a los proveedores de alimentos que conformen la canasta familiar.

Ante la advertencia de agentes nocivos para la salud en los alimentos, adoptará las medidas preventivas necesarias, así como disponer la realización de estudios y análisis que sean pertinentes a efectos de determinar responsabilidades e imponer sanciones, según la normativa vigente.

Denunciar ante autoridades competentes la comisión de delitos de agio, especulación de precios y otros delitos que afecten a los consumidores y usuarios, de acuerdo a normativa vigente. Promover y proponer políticas, programas y proyectos para garantizar la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios. Recopilar, elaborar, procesar y transmitir la información, acerca de los productos y servicios existentes en el mercado.

Realizar estadísticas de las reclamaciones recibidas contra proveedores de productos, servicios, indicando si fueron o no satisfechos los intereses de los consumidores y usuarios. Otras, de acuerdo a normativa vigente.

METODOLOGÍA

El estudio es una investigación es de tipo exploratorio y descriptivo. Para este efecto se aplicaron los siguientes métodos y técnicas de investigación.

Se utilizó el método bibliográfico posibilitó obtener información contenida en diferentes documentos como revistas, libros, publicaciones, tesis, permitiendo de esta manera construir un marco metodológico para medir el nivel de satisfacción del servicio de ODECO. Así también. Fue a través de la información secundaria que se incorporaron aspectos legales sobre la prestación del servicio de ODECO.

Se elaboraron cuestionarios estructurados, para obtener información de los usuarios que permiten evaluar la prestación del servicio de ODECO.

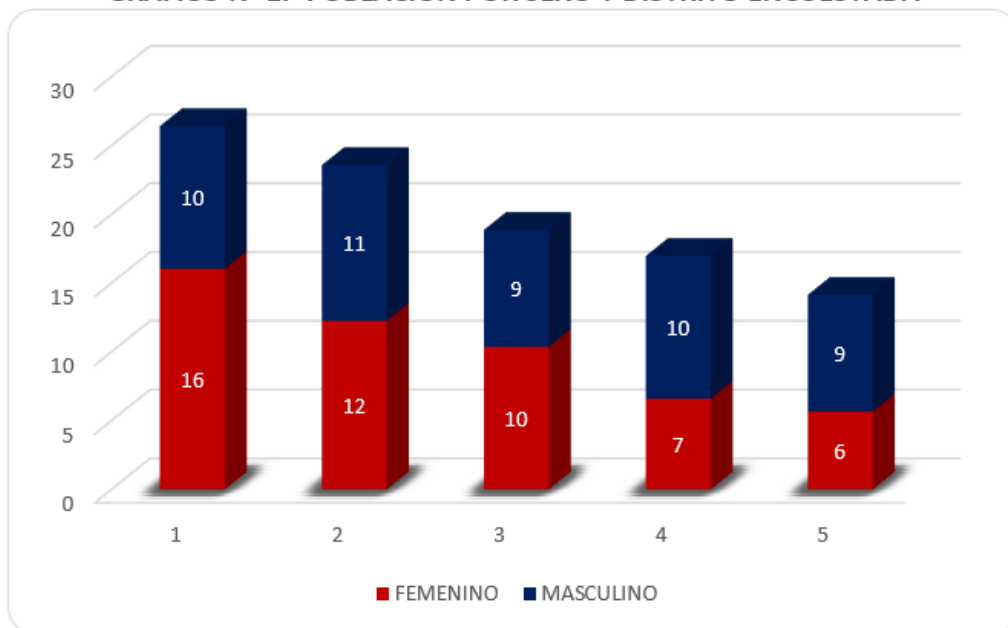
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ODECO

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS USUARIOS

En el siguiente cuadro se presenta el número de personas, por sexo y distritos encuestados para el presente estudio.

GRÁFICO N° 1.- POBLACIÓN POR SEXO Y DISTRITO ENCUESTADA



Fuente: Elaborado por el investigador

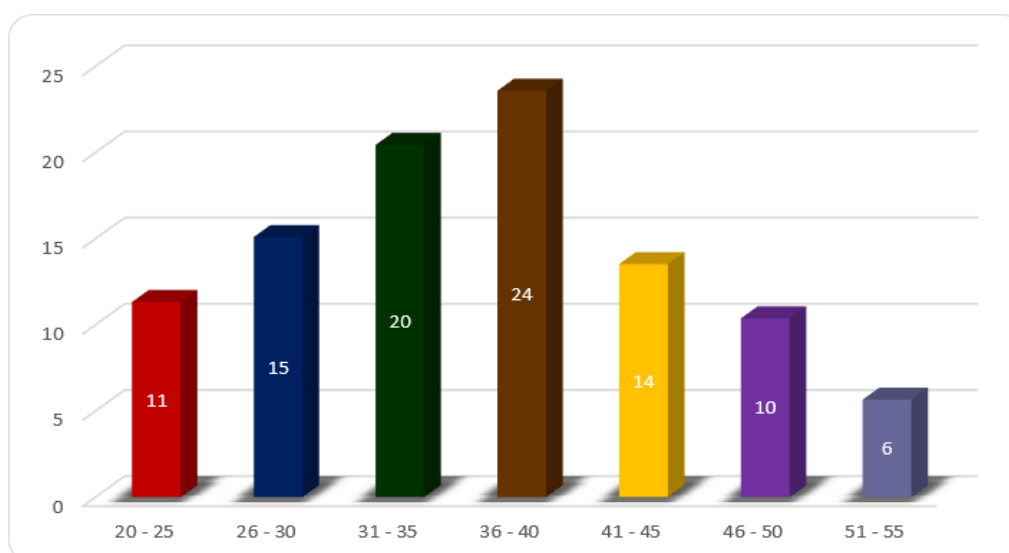
El 51% de las personas encuestadas corresponden al género femenino y el 49% al género masculino. Respecto a la pertinencia de los distritos, en el Distrito 1 está concentrada el 26% de las personas. En el resto de los distritos están entre 14 y 24% de la población.

EDAD Y SEXO DE LOS USUARIOS.

CUADRO N° 2.- POBLACIÓN POR SEXO Y EDAD

RANGOS DE EDAD	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%
20 - 25	20	6,3	16	5,0	36	11,3
26 - 30	25	7,9	23	7,2	48	15,1
31 - 35	35	11,0	30	9,4	65	20,4
36 - 40	40	12,6	35	11,0	75	23,6
41 - 45	17	5,3	26	8,2	43	13,5
46 - 50	15	4,7	18	5,7	33	10,4
51 - 55	10	3,1	8	2,5	18	5,7
TOTAL	162	50,9	156	49,1	318	100,0

GRÁFICO N° 2.- POBLACIÓN POR SEXO Y EDAD



Fuente: Elaboración propia.

La población de Sucre en su mayoría joven, ya que el 70% de los encuestados se encuentra en el rango de 20 a 40 años de edad; destaca el intervalo de 20 a 35 (48%), correspondiente al segmento de los estudiantes universitarios. Muy importante aclarar que la proporción de este rango de esta está influida por ser Sucre una Ciudad Universitaria.

LOS USUARIOS Y EL USO DEL SERVICIO DE ODECO

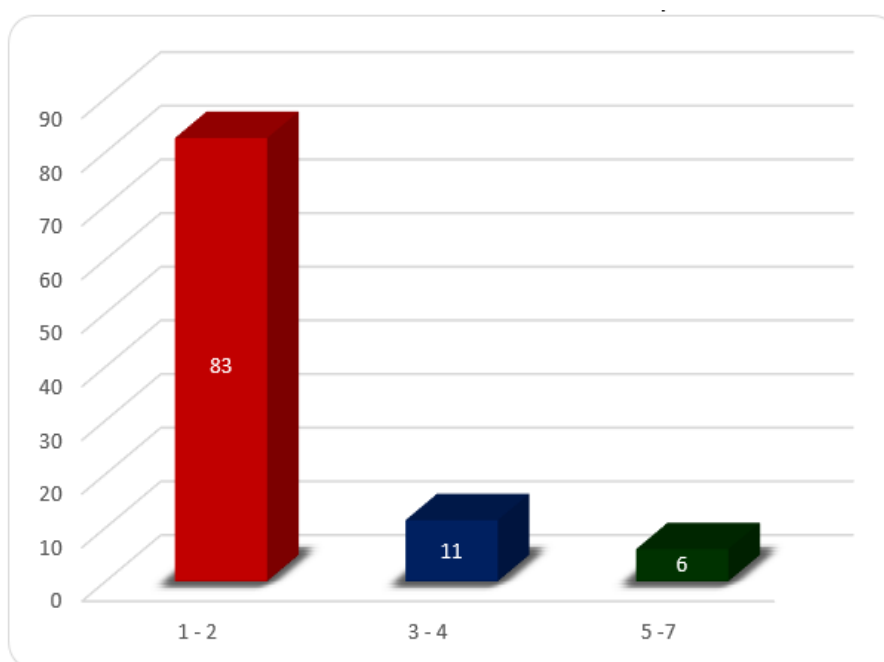
USO DEL SERVICIO DE ODECO

Se determinó el uso del servicio de ODECO en la Ciudad de Sucre, en el marco de la encuesta aplicada, los resultados obtenidos son los siguientes:

CUADRO N° 3.- USO DEL SERVICIO DE ODECO, POR SEXO

N° DE VECES QUE UTILIZA ODECO	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%
1 - 2	144	45,6	117	37,0	261	82,6
3 - 4	12	3,8	24	7,6	36	11,4
5 - 7	4	1,3	15	4,7	19	6,0
TOTAL	160	50,6	156	49,4	316	100,0

GRÁFICO N° 3.- USO DEL SERVICIO DE ODECO, POR SEXO



Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el servicio de ODECO, en la Ciudad de Sucre, es utilizado muy poco por la población, ya que el 83% de ellos realizan entre uno y dos veces. En cambio, el 11% realiza entre tres y cuatro veces. Por último, se tiene que el 6% de los usuarios encuestados realiza entre cinco y siete viajes.

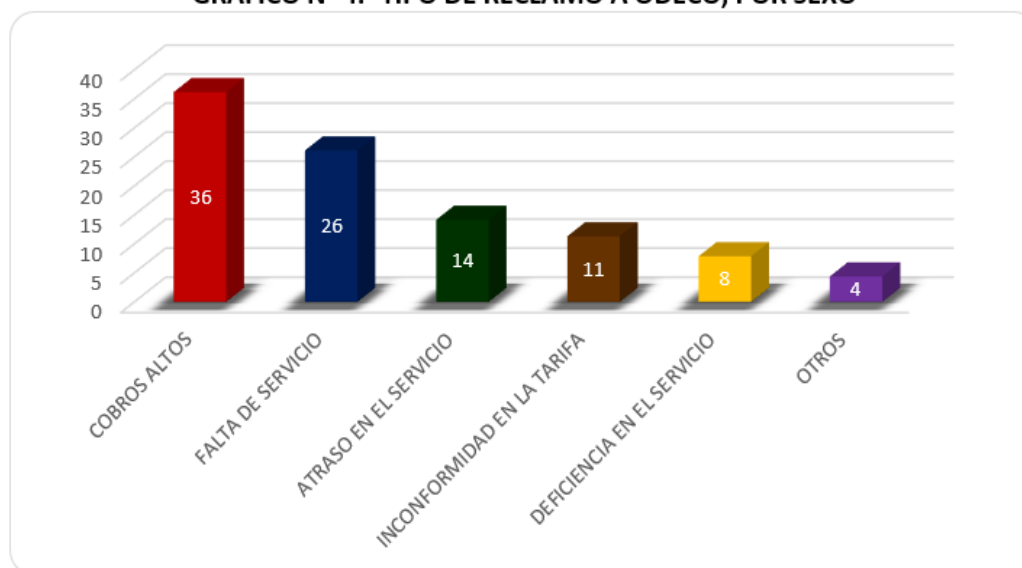
RAZONES CENTRALES PARA EL RECLAMO A ODECO

Se considera que cada usuario tiene diferentes razones para realizar el reclamo a OCECO, se utilizó los tipos de reclamo a ODECO para calificar las respuestas: Cobros altos, Falta de Servicio, Atraso en el Servicio, Inconformidad en la Tarifa, Deficiencia en el Servicio, Otros. Los resultados son los siguientes:

CUADRO N° 4.- TIPO DE RECLAMO A ODECO, POR SEXO

TIPO DE RECLAMO A ODECO	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%	N° DE PERSONAS	%
COBROS ALTOS	60	18,9	55	17,3	115	36,2
FALTA DE SERVICIO	43	13,5	40	12,6	83	26,1
ATRASO EN EL SERVICIO	24	7,5	21	6,6	45	14,2
INCONFORMIDAD EN LA TARIFA	19	6,0	17	5,3	36	11,3
DEFICIENCIA EN EL SERVICIO	10	3,1	15	4,7	25	7,9
OTROS	6	1,9	8	2,5	14	4,4
TOTAL	162	50,9	156	49,1	318	100,0

GRÁFICO N° 4.- TIPO DE RECLAMO A ODECO, POR SEXO



Fuente: Elaboración propia.

Entre los motivos centrales para el reclamo a ODECO, en primer lugar, está los cobros altos, obteniendo un 38% en el marco del tipo de reclamo a ODECO, seguidamente está la falta de servicio con un 26%, el atraso en el servicio con un 14%, deficiencia en el servicio un 8% y otros tipos de reclamos con 4%.

EL GRADO DE SATISFACCIÓN PERCIBIDO EN EL SERVICIO DE ODECO

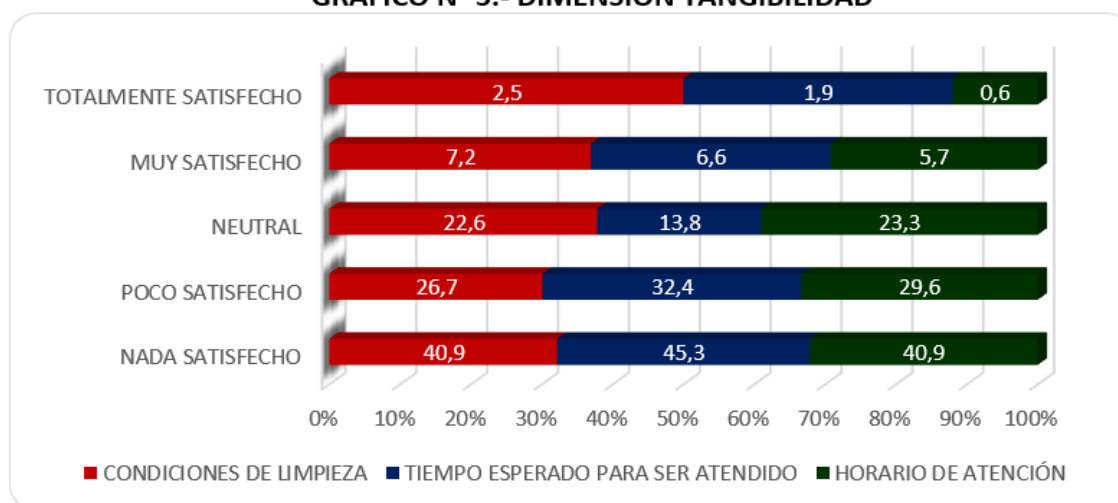
DIMENSIÓN TANGIBILIDAD

La Dimensión Tangibilidad comprendió tres atributos, cuyas respuestas obtenidas determinan los valores de las expectativas, sus percepciones, a partir de las cuales se ha estimado la brecha o el nivel de calidad percibida.

CUADRO N° 5.- DIMENSIÓN TANGIBILIDAD

TANGIBILIDAD	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NEUTRAL	MUY SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
CONDICIONES DE LIMPIEZA	40,9	26,7	22,6	7,2	2,5
TIEMPO ESPERADO PARA SER ATENDIDO	45,3	32,4	13,8	6,6	1,9
HORARIO DE ATENCIÓN	40,9	29,6	23,3	5,7	0,6

GRÁFICO N° 5.- DIMENSIÓN TANGIBILIDAD



Fuente: Elaboración propia.

Considerando los resultados correspondientes a la Dimensión Tangibilidad respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 1.7% (Totalmente satisfecho) al 42.4% (Nada Satisfecho) y en promedio toda la dimensión Tangibilidad alcanza el 20% del nivel de satisfacción.

Los resultados obtenidos, en cuanto a los tres ítems de la Dimensión Tangibilidad en la prestación del servicio de ODECO, está en promedio entre 2.5% (Totalmente Satisfecho) y 40.9% (Nada Satisfecho) correspondiendo a condiciones de limpieza de las oficinas de ODECO; en cuanto se refiere al tiempo esperado para ser atendido, está en promedio entre 1.9% (Totalmente Satisfecho) y 45.3% (Nada Satisfecho); en cambio el horario de atención, está en promedio entre 0.6% (Totalmente Satisfecho) y 40.9% (Nada Satisfecho).

Entre los factores identificados que limitan la calidad están los siguientes:

No existen, en la mayoría de las oficinas de ODECO de las instituciones, letreros, distintivos que posibiliten su reconocimiento, aspecto que genera molestias en los usuarios que requieren el servicio.

A esto contribuye el mal estado de las oficinas, presentando mal estado de los ambientes, asientos en mal estado.

Por otro lado, la falta de higiene y limpieza en las oficinas de ODECO. Personal sin el uniforme respectivo.

DIMENSIÓN FIABILIDAD

La Dimensión Fiabilidad en la prestación del servicio de ODECO es la más importante, comprendió tres atributos, que comprenden las características relacionadas a los niveles de cumplimiento de las condiciones de la prestación del servicio de ODECO.

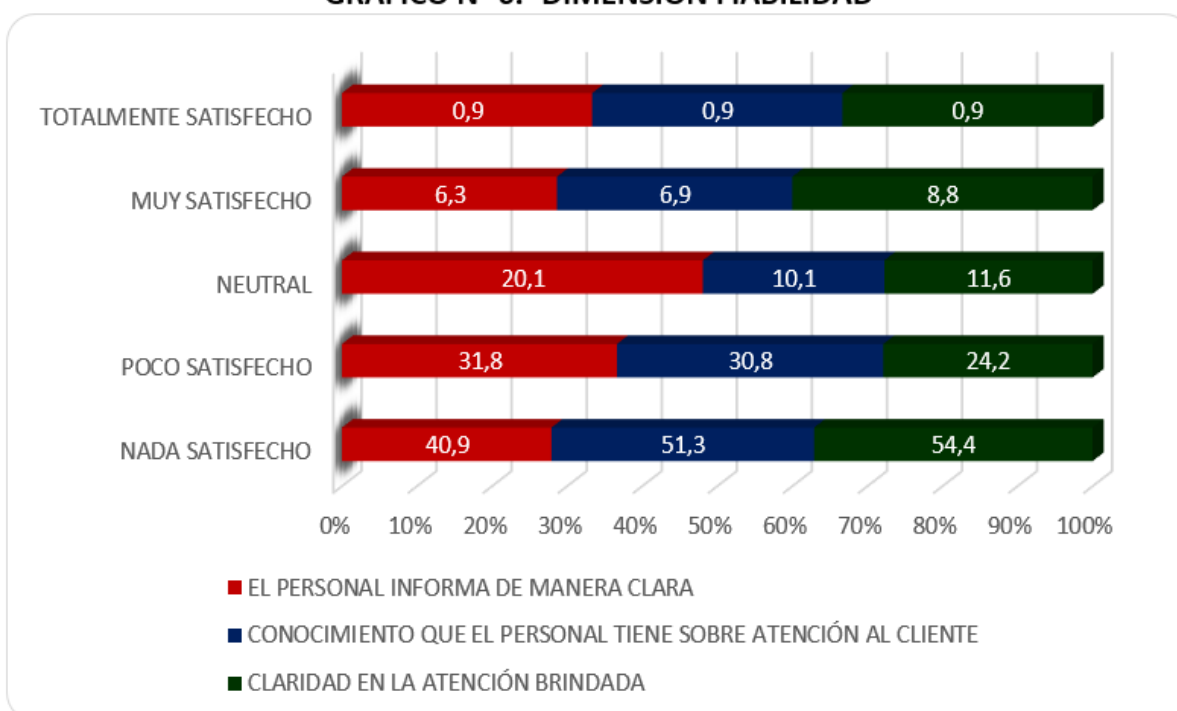
Es menester mencionar que su cumplimiento de los tres atributos pasa desapercibido, pero su incumplimiento genera gran insatisfacción, como es el caso de claridad en la atención brindada, el conocimiento que el personal tiene sobre atención al cliente y el personal informa de manera clara, que son la razón de ser del servicio.

Los resultados obtenidos, considerando los diferentes atributos se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 6.- DIMENSIÓN FIABILIDAD

FIABILIDAD	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NEUTRAL	MUY SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
EL PERSONAL INFORMA DE MANERA CLARA	40,9	31,8	20,1	6,3	0,9
CONOCIMIENTO QUE EL PERSONAL TIENE SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE	51,3	30,8	10,1	6,9	0,9
CLARIDAD EN LA ATENCIÓN BRINDADA	54,4	24,2	11,6	8,8	0,9

GRÁFICO N° 6.- DIMENSIÓN FIABILIDAD



Fuente: Elaboración propia.

Los niveles promedio correspondientes a la Dimensión de Fiabilidad respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 0.90% al 48.87% y en promedio 20% del nivel de satisfacción.

En cuanto a los valores promedio de los tres ítems de la Dimensión Fiabilidad en la prestación del servicio de ODECO, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 40.9% (Nada Satisfecho) correspondiendo a que el personal informa de manera clara en las oficinas de ODECO; en cuanto se refiere al conocimiento que el personal tiene sobre atención al cliente, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 51.3% (Nada Satisfecho); por último el ítem claridad en la atención brindada, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 54.4% (Nada Satisfecho).

Entre los factores identificados están los siguientes:

El factor más crítico en esta dimensión es la claridad en la atención brindada por el personal de ODECO en cada una de las empresas, existen molestias por la atención brindada.

Otro de los factores está relacionado al conocimiento que el personal tiene sobre atención al cliente.

El personal informa de manera clara, a este atributo los clientes mencionan que la información recibida en cada ODECO de las instituciones es muy deficiente, puesto que no reciben información clara y concisa sobre el problema que tienen.

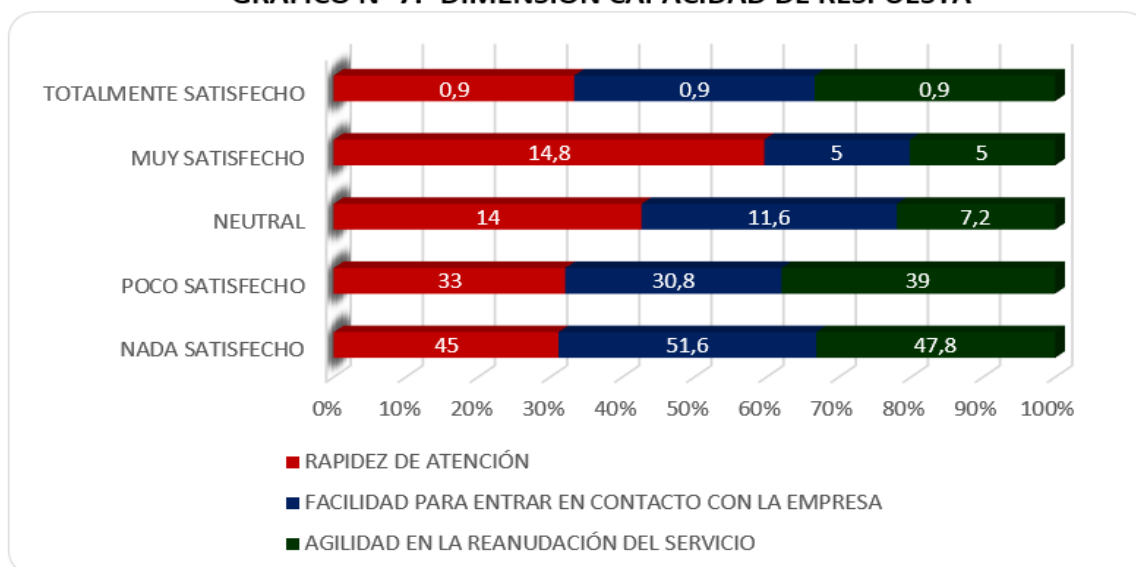
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA.

En la Dimensión de Capacidad de Respuesta, se establecieron tres atributos, cuyos resultados se presentan a continuación:

CUADRO N° 7.- DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

CAPACIDAD DE RESPUESTA	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NEUTRAL	MUY SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
RAPIDEZ DE ATENCIÓN	45	33	14	14,8	0,9
FACILIDAD PARA ENTRAR EN CONTACTO CON LA EMPRESA	51,6	30,8	11,6	5	0,9
AGILIDAD EN LA REANUDACIÓN DEL SERVICIO	47,8	39	7,2	5	0,9

GRÁFICO N° 7.- DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro anterior, se presentan los valores relacionados a la Dimensión Capacidad de Respuesta, considerando los resultados correspondientes a las percepciones respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 0.90% (Totalmente Satisfecho) al 48.13% (Nada Satisfecho) y en promedio 20.5%. Los valores promedio de los tres ítems de la Dimensión Capacidad de Respuesta en la prestación del servicio de ODECO, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 45% (Nada Satisfecho) correspondiendo a rapidez de atención en las oficinas de ODECO; en cuanto se refiere a la facilidad para entrar en contacto con la empresa, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 51.6% (Nada Satisfecho); el ítem agilidad en la reanudación del servicio, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 47.8% (Nada Satisfecho).

En cuanto a la Dimensión de Capacidad de Respuesta, el problema que aquejan muchos de los clientes es que el personal de ODECO de las instituciones dificulta el contacto con cada una de las empresas para poder cada uno de sus problemas, además a este aspecto se suma la agilidad en la reanudación del servicio, puesto que no brindan las expectativas por el servicio prestado. No se preocupan por brindar un servicio libre de errores. No muestran un verdadero interés en ayudar a los clientes, lo que provoca que no existe rapidez en la atención, en cada empresa se desconoce que hayan procesado quejas y las hayan resuelto de manera satisfactoria.

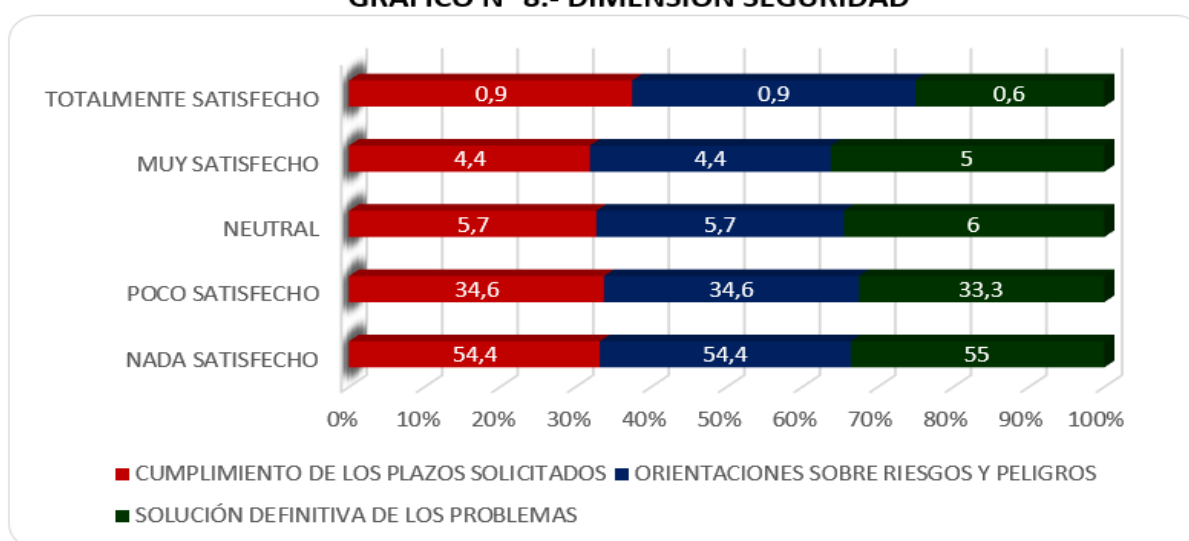
DIMENSIÓN SEGURIDAD

En la Dimensión Seguridad se establecieron tres atributos que posibilitaron determinar el grado de satisfacción por la prestación de servicio de ODECO. En el cuadro siguiente se presentan los resultados sobre los diferentes atributos, así como el cumplimiento de los plazos solicitados, orientaciones sobre riesgos, peligros y la solución definitiva, desde la perspectiva de la seguridad.

CUADRO N° 8.- DIMENSIÓN SEGURIDAD

SEGURIDAD	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NEUTRAL	MUY SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS SOLICITADOS	54,4	34,6	5,7	4,4	0,9
ORIENTACIONES SOBRE RIESGOS Y PELIGROS	54,4	34,6	5,7	4,4	0,9
SOLUCIÓN DEFINITIVA DE LOS PROBLEMAS	55	33,3	6	5	0,6

GRÁFICO N° 8.- DIMENSIÓN SEGURIDAD



Fuente: Elaboración propia.

Los niveles promedio correspondientes a la Dimensión Seguridad respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 0.80% al 54.6% y en promedio 20% del nivel de satisfacción.

En cuanto a los valores promedio de los tres ítems de la Dimensión Seguridad en la prestación del servicio de ODECO, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 54.4% (Nada Satisfecho) correspondiendo al cumplimiento de los plazos solicitados en las oficinas de ODECO; en cuanto se refiere a las orientaciones sobre riesgos y peligros, está en promedio entre 0.9% (Totalmente Satisfecho) y 54.4% (Nada Satisfecho) y el ítem de solución definitiva de los problemas, está en promedio entre 0.6% (Totalmente Satisfecho) y 55% (Nada Satisfecho).

Entre los factores que determinan el nivel de satisfacción percibida están, entre otros los siguientes:

Solución definitiva de los problemas, es el principal problema que aquejan las oficinas de ODECO en cada una de las Empresas, debido al cumplimiento de los plazos solicitados y las orientaciones sobre riesgos y peligros que tienen los clientes, respecto de cada una de las empresas.

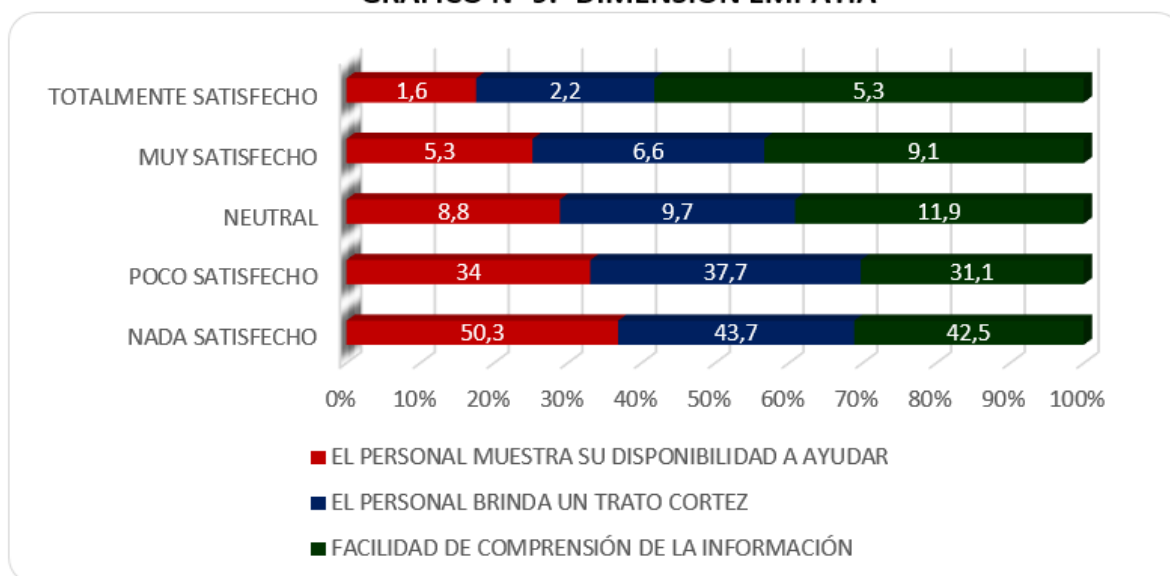
DIMENSIÓN EMPATÍA

Por último, la Dimensión Empatía se establecieron tres atributos que permitieron obtener el grado de satisfacción en la prestación del servicio de ODECO. Esta información se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 9.- DIMENSIÓN EMPATÍA

EMPATÍA	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NEUTRAL	MUY SATISFECHO	TOTALMENTE SATISFECHO
EL PERSONAL MUESTRA SU DISPONIBILIDAD A AYUDAR	50,3	34	8,8	5,3	1,6
EL PERSONAL BRINDA UN TRATO CORTEZ	43,7	37,7	9,7	6,6	2,2
FACILIDAD DE COMPRESIÓN DE LA INFORMACIÓN	42,5	31,1	11,9	9,1	5,3

GRÁFICO N° 9.- DIMENSIÓN EMPATÍA



Fuente: Elaboración propia.

Considerando los resultados correspondientes a la Dimensión Empatía respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 3.5% (Totalmente satisfecho) al 45.5% (Nada Satisfecho) y en promedio toda la Dimensión Empatía alcanza el 20% del nivel de satisfacción.

Los resultados obtenidos, en cuanto a los tres ítems de la Dimensión Empatía en la prestación del servicio de ODECO, está en promedio entre 1.6% (Totalmente Satisfecho) y 50.3% (Nada Satisfecho) correspondiendo a que le personal muestra su disponibilidad a ayudar en las oficinas de ODECO; en cuanto se refiere a que el personal brinda un trato cortez dentro de las oficinas de ODECO, está en promedio entre 2.2% (Totalmente Satisfecho) y 43.7% (Nada Satisfecho); en cambio la facilidad de comprensión de la información, está en promedio entre 5.3% (Totalmente Satisfecho) y 45.5% (Nada Satisfecho).

La Dimensión Empatía, no satisface la satisfacción de los clientes, son altas, generando una brecha significativa:

No existe, ni se brinda la disponibilidad de ayudar al cliente en cada una de las oficinas de ODECO de las instituciones, no tiene como prioridad los intereses de los usuarios y no comprenden, ni están atentos a las necesidades específicas de los clientes. Brindado un trato inadecuado, dando una información incomprendida por el cliente.

CONCLUSIONES

Siendo el objeto de estudio, de la presente investigación, la percepción de la calidad del servicio en las Oficinas de Defensa al Consumidor (ODECO) en la ciudad de Sucre, considerando cinco dimensiones (tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) para luego obtener un resultado global sobre la prestación del servicio. Posibilitando de esta manera obtener resultados desde los diferentes ámbitos y connotaciones que tienen la prestación del servicio como tal (no centrándose solo en una de ellas de manera parcial, pues los resultados no mostrarían la realidad) y la valoración es realizada desde la perspectiva de los clientes/usuarios del servicio de ODECO.

Para determinar la satisfacción del servicio de ODECO en la ciudad de Sucre, ha sido necesario realizar un cálculo numérico para establecer si el servicio de ODECO cumple con las expectativas de los clientes/usuarios. En esta perspectiva, los Índices de Calidad Percibida obtenidos, a partir de las percepciones y expectativas que tienen los usuarios, en cada una de las dimensiones, así como los factores críticos centrales identificados, posibilitan afirmar que en general no se brinda un servicio de calidad, lo que se explica porque no existen las condiciones físicas y materiales (tangibles) necesarias para que las operadoras y conductores presten el servicio con los más altos estándares de calidad; el servicio tampoco es confiable, su capacidad de respuesta es muy limitada y no brinda garantía y seguridad en el servicio que brindan, a lo que tampoco contribuye la poca empatía que demuestran las operadoras y los conductores.

Así también, en el estudio se determinó el grado de satisfacción del servicio, relacionando los valores correspondientes a las percepciones de los clientes, con el valor de 5 (de la escala de Likert) estimando que los clientes esperan recibir esta puntuación máxima considerada en la escala de Likert. Desde esta perspectiva, el nivel de satisfacción global del servicio de ODECO tiene un promedio del 20.1% siendo las dimensiones de Tangibilidad, Fiabilidad, Seguridad y Empatía las que obtuvieron el nivel de satisfacción con el 20% y la más alta corresponde a la Capacidad de Respuesta con el 20.5% valores que representan al nivel de nada satisfecho.

Finalmente, los resultados producto de esta investigación no sólo son útiles para los el personal de ODECO, sino también para la planificación de la ciudad en el ámbito de la defensa de los consumidores y usuarios, ya que al conocer estas características que inciden en la satisfacción percibida de los clientes pueden ayudar a mejorar el modo, la forma en que se ofrece el servicio y la forma en que se integra éste en la ciudad; además, es importante resaltar que la inconformidad o insatisfacción con algo siempre lleva a buscar algo mejor, el individuo siempre está en la búsqueda de su satisfacción.

REFERENCIAS

- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 64-80.
- K. Douglas Hoffman, John E. G. Bateson "Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos" 2002.
- Monfort, M., Defante, L. R., De Oliveira, L. F., & Mantovani, D. (2013). Satisfacción del consumidor de servicios hoteleros: Implicaciones estratégicas. Estudios y perspectivas en turismo, 22(2), 276-293.
- Solorzano Barrera, G. (2013). Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. en g. Solórzano Barrera, Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas (pag. 2). Sonora, México: Ebba Isabela Escareno Alvarez.