

## Servicios de uso continuo y evaluación de satisfacción en una empresa de saneamiento básico

**Errol Fernando Zepka Pereira Junior, Msc.**

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

<http://orcid.org/0000-0002-4203-0801>

[zepkaef@gmail.com](mailto:zepkaef@gmail.com)

**Eliza Antonini Schroeder, Bela.**

Universidade Federal de Rio Grande – FURG

<http://orcid.org/0000-0002-8687-9225>

[ziza\\_as@live.com](mailto:ziza_as@live.com)

**Edar Añaña, Phd.**

Universidade Federal de Pelotas – UFPel

<http://orcid.org/0000-0002-8298-9208>

[edaranana@gmail.com](mailto:edaranana@gmail.com)

**Livia Castro D'Avila, Phd.**

Universidade Federal de Rio Grande – FURG

<http://orcid.org/0000-0002-8622-5416>

[liviacdavila@gmail.com](mailto:liviacdavila@gmail.com)

**Daniele Rodrigues Garcia, Msc.**

Universidade Federal de Rio Grande – FURG

<http://orcid.org/0000-0002-5016-3284>

[danielegarcia.furg@gmail.com](mailto:danielegarcia.furg@gmail.com)

### RESUMEN

En Brasil, la gran mayoría de los servicios de uso continuo son públicos, de derecho ciudadano y de responsabilidad del Estado. Considerando que el Estado debe prestar servicios adecuados a la población, le corresponde delegar facultades para la prestación de estos servicios, manteniendo ciertas facultades y derechos sobre los franquiciados. Al tratarse de un servicio público, no existe transmisión de la titularidad, sino únicamente la prestación de actividades. Esta relación estado/franquiciado necesita ser definida y establecida por ley para que las administraciones públicas puedan medir la importancia relativa y la satisfacción de los usuarios de estos servicios y así orientar las prioridades y acciones de mejora. Este trabajo, utilizando métodos cuantitativos y descriptivos, investiga la aplicabilidad de algunos de los elementos del Cliente Americano Índice de Servicios-ACSI a la prestación de servicios esenciales de salud en Rio Grande do Sul a través de una encuesta de evaluación de desempeño. La muestra está compuesta por 261 encuestados, y el análisis de datos se realizó a través de gráficos de importancia y satisfacción de los usuarios con los servicios de la

empresa. El resultado demuestra que la calidad de los servicios continuos se puede evaluar adecuadamente analizando el mapeo de la importancia y el rendimiento de algunos componentes ACSI.

**Palabras clave:** Servicios de Uso Continuo. Utilidad. Satisfacción. ACSI Saneamiento.

## **Continuous use services and satisfaction assessment a basic sanitation company**

### **ABSTRACT**

In Brazil, most services of continuous use are public, citizen's rights and State responsibility. Considering that the State must provide adequate services to the population, it is up to it to delegate powers to provide these services, maintaining certain powers and rights over franchisees. As it is a public service, there is no transfer of ownership, but only the provision of activities. This state/franchisee relationship needs to be defined and established by law so that public administrations can measure the relative importance and satisfaction of users of these services and, thus, guide priorities and improvement actions. This work, using quantitative and descriptive methods, investigates the applicability of some of the elements of the American Customer Service Index-ACSI to the provision of essential health services in Rio Grande do Sul through a performance evaluation survey. The sample is composed of 261 respondents, and data analysis was carried out through graphs of importance and user satisfaction with the company's services. The result demonstrates that the quality of ongoing services can be properly assessed by analysing the mapping of the importance and performance of some ACSI components.

**Keywords:** Continuous Use Services. Public services. Satisfaction. ACSI Sanitation.

## **Serviços de uso contínuo e avaliação de satisfação em uma empresa de saneamento básico**

### **RESUMO**

No Brasil, a grande maioria dos serviços de uso contínuo são públicos, de direito cidadão e de responsabilidade do Estado. Considerando que o Estado deve prestar serviços adequados à população, cabe-lhe delegar poderes para a prestação desses serviços, mantendo determinados poderes e direitos sobre os franqueados. Por se tratar de serviço público, não há transferência de titularidade, mas apenas prestação de atividades. Essa relação estado/franqueado precisa ser definida e estabelecida por lei para que as administrações públicas possam mensurar a importância relativa e a satisfação dos usuários desses serviços e assim orientar prioridades e ações de melhoria. Este trabalho, utilizando métodos quantitativos e descritivos, investiga a aplicabilidade de alguns dos elementos do American Client Services Index-ACSI à prestação de serviços essenciais de saúde no Rio Grande do Sul por meio de uma pesquisa de avaliação de desempenho. A amostra é composta por 261 respondentes, e a análise dos dados foi realizada por meio de gráficos de importância e satisfação dos usuários com os serviços da empresa. O resultado demonstra que a qualidade dos serviços contínuos pode ser adequadamente avaliada através da análise da importância e do

mapeamento de desempenho de alguns componentes do ACSI.

**Palavras-chave:** Serviços de Uso Contínuo. Utilitário. Satisfação. Saneamento ACSI.

## INTRODUCCIÓN

Los servicios de uso continuo en Brasil, en general, son considerados servicios públicos, o sea, son derechos básicos de los ciudadanos. Tal como lo describe Di Pietro (2015), el servicio público constituye toda actividad material que la ley asigna al Estado para que la ejerza directamente o por medio de sus delegados, con el objetivo de satisfacer concretamente necesidades colectivas bajo un régimen jurídico total o parcial público. Para Carvalho Filho (2014), los servicios públicos, teniendo como objetivo el interés público, se incluyen como uno de los objetivos del Estado. Por eso son creados y regulados por el Poder Público, que también es responsable de la inspección.

La Constitución Federal de 1988, en su art. 23, Inc. IX, atribuyó expresamente a la Unión, Estados y Municipios la competencia común de promover mejoras en las condiciones de saneamiento básico - concepto que comprende agua, alcantarillado, manejo de residuos sólidos y drenaje pluvial. Al momento de la Asamblea Constituyente de 1988, la situación del servicio a la población respecto al llamado ciclo de saneamiento básico – que va desde la captación y atribución de potabilidad al agua hasta la recolección y tratamiento de aguas residuales sanitarias.

Sin embargo, el agua, como bien de dominio público, debe ser administrada por la entidad pública a la que la Constitución Federal legitimó la competencia para administrarla. La Carta Magna, en su artículo 30, fracción V, establece que corresponde a los Municipios, directamente o en régimen de concesión o permiso, organizar y prestar los servicios públicos de interés local. En este sentido, corresponde a los Municipios la prestación de los servicios públicos relacionados con el agua, en especial su distribución, saneamiento básico, vigilancia sanitaria, que estén asociados a la salud humana ya la preservación y protección del medio ambiente. Esto se debe a que el servicio de abastecimiento de agua es predominantemente de interés local.

Gonçalves y Wohlgemuth (2016) explican que los primeros sistemas públicos de abastecimiento de agua en Rio Grande do Sul surgieron en la segunda mitad del siglo XIX. Es la fase precursora del saneamiento, a partir de Porto Alegre (1864) y Río Grande (1877). Una nueva etapa estaría marcada con la entrada del Estado en la solución de los problemas sanitarios mediante la creación, en 1917, de la Comisión de Saneamiento vinculada a la Secretaría de Obras Públicas. Su finalidad era orientar, coordinar y supervisar la ejecución de los sistemas de agua y alcantarillado por parte de los municipios. En 1936, la antigua Comisión de Saneamiento se transformó en la Dirección de Saneamiento y Urbanismo del Departamento de Obras Públicas. Por primera vez, las alcaldías, a través de convenios, otorgaron a la entidad estatal la responsabilidad directa de ampliar los sistemas existentes o implementar el servicio.

El desarrollo del Estado y el crecimiento de las ciudades, con el consiguiente aumento de la demanda

de saneamiento, llevó al Gobierno del Estado a optar por crear una empresa estatal para esta zona. De acuerdo con Gonçalves & Wohlgemuth (2016), en 1965 se creó una Empresa de Saneamiento Básico, que busca brindar al Estado y a su población una mejor calidad de vida, a través del tratamiento de residuos y provisión de agua tratada.

La empresa de saneamiento básico estudiada es una empresa de economía mixta controlada por el Gobierno del Estado, que posee más del 99% de las acciones. El resto pertenece a los municipios de Quaraí, Rosário do Sul, Lajeado, Estrela, Muçum, São Marcos, Carazinho y Cerro Largo. Una vez comprendidas las responsabilidades del Estado y los derechos de los ciudadanos en relación con el uso de los servicios públicos de abastecimiento de agua, es necesario buscar formas de evaluar la satisfacción de los usuarios, para verificar si el servicio prestado efectivamente satisface las necesidades continuas de la población, de acuerdo con la legislación vigente.

El sector público proporciona servicios en lugar de la venta de bienes. Siendo este el caso, se aplican las cuatro características ampliamente aceptadas de los productos de servicio y sus implicaciones para la gestión de marketing (SHOSTACK 1977), a saber: (i) intangibilidad, que es difícil de muestrear y evaluar; (ii) inseparabilidad, que limita la escala de operaciones; (iii) heterogeneidad, lo que significa que la calidad es difícil de asegurar; y (iv) caducidad, lo que implica problemas de almacenamiento, donde la demanda fluctúa.

García *et al.* (2021) entienden que varios cambios generaron reformas en el Estado en la forma de gestionar y organizar los servicios públicos para evolucionar las prácticas administrativas. Sin embargo, la sucesión de modelos de gestión no ha generado los ideales predicados debido a cambios en los gerentes y sus ideologías. En este sentido, los autores caracterizan la producción científica relacionada con el control, análisis y evaluación del desempeño desde la perspectiva de los servicios públicos en el período comprendido entre 2007 y 2017 a través del análisis de artículos disponibles en una base de datos en línea. Como resultado, encontraron un número limitado de artículos publicados sobre control, análisis y evaluación del desempeño en los servicios desde la perspectiva de los servicios públicos.

La característica unificadora de los consumidores de servicios públicos es que todos ellos son ciudadanos. Como ciudadanos, las personas se definen a sí mismas en términos de derecho, deber e identidad. La ciudadanía también es una noción igualitaria que sugiere un trato igualitario por parte de los representantes del estado, independientemente de su posición o riqueza. Esta idea se ve reforzada por el hecho de que muchos servicios públicos son gratuitos en el punto de entrega y el vínculo entre el uso y los impuestos es largo y tenue. Aragão (2017) trae consigo la idea de ciudadano-cliente, o sea, el ciudadano que es consciente de que paga impuestos y derechos por servicios públicos y, a cambio, tiene derecho a exigir resultados efectivos de los órganos públicos.

Por lo general, los ciudadanos pueden encontrar recursos para las quejas, es decir, la insatisfacción con los servicios, mediante la constitución de recursos políticos y legales. Los consumidores, por otro lado, se involucran en un comportamiento típico de quejas. Los ciudadanos deben lealtad, pero los

consumidores pueden salir más fácilmente de la relación (HIRSCHMAN, 1970). Gran parte de los cambios en las características del mercado de servicios públicos se deben a los intentos de los gobiernos bajo modelos de elección pública de educar a los ciudadanos para que actúen como consumidores. Así, por ejemplo, el aumento del uso de cartas ciudadanas en los servicios públicos tiene como objetivo facilitar la información y la comprensión de los usuarios del servicio, es decir, los clientes (MILLAR y FERONI, 1992). El cliente es a la vez más flexible y crítico que el ciudadano.

En cuanto a la transición hacia una orientación más consumista por parte de los ciudadanos en el mercado, la calidad del servicio público debe adecuarse a las expectativas del mercado, mediante mejoras donde sea necesario o mediante una mejor gestión de las expectativas. En primera instancia, esto requerirá programas de investigación de mercado para determinar los niveles de satisfacción.

El 26 de junio de 2017 entró en vigor la Ley 13.460, que prevé la participación, protección y defensa de los derechos de los usuarios de los servicios públicos en la administración pública. Además de una serie de pautas para el funcionamiento de los servicios, la nueva normativa busca asegurar la participación de los ciudadanos en la evaluación periódica de los servicios públicos y establece varias medidas para proteger sus derechos, como un plazo máximo para que el defensor público presentar respuestas a quejas, reclamos y sugerencias de los usuarios. De acuerdo con la ley, los derechos básicos de los usuarios de los servicios públicos son: participar en el control de la prestación y evaluación de los servicios; libertad de elección entre los medios ofrecidos y sin discriminación; (es decir, si se ofrece de forma presencial o telefónica, no se puede obligar al usuario a hacerlo de forma virtual, algo relevante para las personas mayores o para los excluidos digitales); protección de información personal; actuación integrada y sistémica en la expedición de títulos, certificados y documentos que acrediten la regularidad; (uno de los principios del gobierno digital).

Los ciudadanos aún deben poder obtener información y tener fácil acceso, incluso a través de Internet: a los servicios ofrecidos por la agencia y el sector responsable de ellos; el agente público u organismo encargado de recibir las manifestaciones; el estado de los procedimientos administrativos en los que está interesado; al importe de las tasas y tarifas cobradas, de forma comprensible. Una cuestión relevante que se plantea es que esta ley se aplica de manera subsidiaria a los servicios públicos prestados por particulares, es decir, puede haber repercusiones de esta ley en los servicios de suministro (Coimbra *et al.*, 2019; Longaray *et al.*, 2018).

Estas necesidades de acceso digital e incluso cognitivas por parte de los usuarios pueden aparecer como inhibidores de su satisfacción, como la integración entre las funcionalidades del sistema para el usuario, y problemas con su configuración, problemas de indisponibilidad del sistema; problemas con internet; hardware, dispositivos y aspectos ergonómicos y de infraestructura (Pereira Junior & Novello, 2021), fallas en la conexión a internet, uso del artefacto, como el tipo de computadora utilizada (Pereira Junior *et al.*, 2021), falta de capacitación práctica impactó el uso de la herramienta, lo que llevó a los usuarios a buscar información para aprender a utilizar el sistema de manera informal y de difícil acceso por la inactividad del sistema (Pereira Junior *et al.*, 2019).

## Índice de satisfacción del cliente estadounidense (ACSI)

Las empresas que actúan como proveedoras de bienes y servicios continuos, incluso aquellas que operan en los llamados monopolios naturales, pueden tener su calidad evaluada por el índice de satisfacción del cliente estadounidense. ACSI es una medida de desempeño basada en la calidad percibida por los consumidores de los servicios prestados por organizaciones públicas y privadas (Rossi & Slongo, 1998). Según estos autores, el modelo se basa en una teoría en la que la satisfacción es vista como un constructo que tiene tres factores antecedentes (calidad o desempeño percibido, valor percibido y expectativa del cliente) y dos factores consecuentes (quejas y lealtad del cliente).

Nazi (2010) explica que ACSI es una herramienta estándar del sector público para evaluar los impulsores de la satisfacción del cliente y priorizar las áreas de mejora. Se estableció en 1994 siguiendo las tendencias de satisfacción del cliente y se produce en colaboración con la Universidad de Michigan. Escuela, Sociedad Americana para la Calidad (ASQ) y Grupo CFI. Además de la extensa evaluación económica del cliente, ACSI también se utiliza para compilar la Satisfacción de E-Gov. Index, una clasificación de más de 100 sitios web del gobierno federal en términos de qué tan bien están satisfaciendo a los ciudadanos a través de Internet. Los puntajes de ACSI se basan en datos de encuestas aleatorias voluntarias basadas en la web y se informan en una escala de 0 a 100. El modelo ACSI calcula un puntaje de índice cada vez que se recopila una cantidad adecuada de datos a través de encuestas completas.

Angnes *et al.* (2015) explican que la idea central de ACSI es medir la satisfacción global del cliente a través de tres indicadores, a saber: (i) una medida de satisfacción general; (ii) una medida del desempeño en relación con las expectativas; y (iii) una medida de comparación con el ideal. Donde el resultado es un puntaje con un puntaje entre 0 y 100 para poder ser comparado con otras organizaciones de la misma rama y sector de la economía. Cuanto mayor es la satisfacción del cliente medida a través del ACSI, la tendencia es que el número de quejas de los clientes disminuya, lo que lleva a un aumento de su lealtad a la organización (Moura & Gonçalves, 2005; Angelova & Zekiri, 2011).

Todavía en el texto de Nazi (2010), la metodología ACSI utiliza la técnica de “dar voz al cliente” para producir resultados (puntuaciones, mapas de prioridades y puntos de referencia) que representan los deseos y necesidades del cliente en una estructura jerárquica que refleja tanto la importancia relativa a la satisfacción. El autor explica que ACSI es un modelo psicométrico que incorpora varias medidas de factores experienciales y niveles de satisfacción para reducir el error de medición. Las medidas de elementos múltiples centradas en los impulsores de la satisfacción (contenido, funcionalidad, apariencia, navegación, búsqueda y rendimiento del sitio) se combinan algorítmicamente para compilar una puntuación de satisfacción que también predice el impacto del cambio, además de capturar comportamientos futuros y recomendar el sitio a otros y volver al sitio.

Rossi & Slongo (1998) explican que el método fue diseñado para representar el conjunto de bienes y servicios ofrecidos en el país, y se divide en siete factores: (i) industria de bienes no duraderos; (ii)

industria de bienes duraderos; (iii) transporte, comunicaciones y servicios públicos; (iv) venta al por menor; (v) sector financiero y de seguros; (vi) servicios; y (vii) administración pública y gobierno. El presente trabajo se enfoca en el séptimo sector, administración pública y gobierno, más específicamente en el sector de saneamiento básico (agua y alcantarillado).

Dado lo anterior, el problema de investigación de este estudio se define en la siguiente pregunta: “¿Se puede aplicar el índice de satisfacción del cliente estadounidense para evaluar los servicios de uso continuo de la Empresa de Saneamiento Básico?” Por ello, el objetivo general de este estudio es “indagar la aplicabilidad del modelo ACSÍ en el contexto de los servicios de uso continuo de saneamiento básico en la Empresa de Saneamiento Básico”. Para lograr el objetivo general, se definen los siguientes objetivos específicos: (i) examinar las relaciones entre las expectativas del cliente, la calidad percibida, el valor percibido, la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente y las quejas del cliente; (ii) medir el índice de satisfacción de los clientes en los servicios de uso continuo, en los servicios de abastecimiento y abastecimiento de agua; y (iii) analizar la satisfacción del consumidor.

## **METODOLOGÍA**

El presente estudio se basa en la metodología propuesta por Roesch *et al.* (2015), clasificándose según los propósitos del proyecto, método (diseño), técnicas de recolección y análisis de datos.

En cuanto al propósito del proyecto, la investigación puede clasificarse como una evaluación de resultados. Para Diehl y Tatim (2004), evaluar significa atribuir valor a algo. Por ello es importante establecer criterios claros de evaluación en el proyecto y definir desde qué punto de vista se llevará a cabo. Evaluar también implica una comparación. La comparación puede ser entre una situación antes y después del uso de un determinado sistema o plan. Por otro lado, la comparación se puede realizar cuando se introduce un nuevo sistema de trabajo en grupo en la fábrica A, pero se mantiene el sistema tradicional en la fábrica B de la misma empresa. Posteriormente, se analiza la diferencia en términos de satisfacción o productividad de los empleados. En términos operativos, los proyectos de práctica profesional del tipo evaluación de resultados son escasos, dadas las condiciones necesarias para su realización. En verdad, debe haber transcurrido algún tiempo después de la implementación de un proyecto o sistema para poder evaluarlo. Además, es necesario obtener información sobre la situación anterior para poder realizar la comparación.

En cuanto al enfoque, la investigación se clasifica como investigación cuantitativa. El objetivo final de una investigación con enfoque cuantitativo es “cuantificar” los datos para generalizar los resultados de una muestra a la población objetivo, siempre recolectados del mayor número posible de casos que correspondan a una muestra representativa, a través de instrumentos estructurados. cuyo análisis se realiza mediante estadística (Malhotra, 2012).

En cuanto al método de investigación, la investigación se clasifica como descriptiva. Para Pinsonneult & Kraemer (1993), la investigación descriptiva tiene como objetivo informar al investigador sobre situaciones, hechos, opiniones o comportamientos que se dan en la

población analizada. La descripción del objeto analizado busca mapear la distribución de un fenómeno en la población estudiada, ya sea tomada en su conjunto o dividida en subgrupos. El objetivo de la investigación es describir esta distribución o hacer comparaciones entre las distribuciones.

En cuanto a la técnica de recogida de datos, el uso será cuestionarios. Malhotra (2012) entiende un cuestionario como un instrumento para la recolección de datos, que consiste en una serie de preguntas (escritas o verbales) que responde un encuestado. Para el autor, el cuestionario busca traducir la información deseada en un conjunto de preguntas específicas que los encuestados sean capaces de responder; motivar y animar al entrevistado a involucrarse en el tema, cooperar y completar la entrevista; y minimizar el error de respuesta. La elaboración del cuestionario se basará en Awwad (2012).

En cuanto a la técnica de análisis de datos, el trabajo se puede caracterizar como técnicas estadísticas. Según Roesch *et al.* (2015), el análisis univariado observa las frecuencias de cada pregunta investigada, permitiendo una comparación de la muestra con la población, verificando la representatividad de la muestra planteada.

## **RESULTADOS**

La empresa de saneamiento básico es la empresa responsable del sistema de captación, tratamiento y distribución de agua en la región sur del país. Además, presta servicios de recogida y tratamiento de los residuos líquidos generados en los hogares. Sus operaciones cubren la mayoría de los municipios del estado de Rio Grande do Sul, siendo responsable por la calidad de vida de los consumidores de sus servicios (Dallazen, 2010). Esta empresa también se caracteriza por ser una empresa de economía mixta, operando en el estado desde 1966, actualmente abastece a más de 7 millones de consumidores en el estado.

La satisfacción del cliente también es un factor determinante para las empresas públicas, entre ellas, la empresa de saneamiento básico estudiada, porque el cliente es la razón de ser de la organización y sin él no tendría por qué existir. Los medios en los que la empresa maneja la relación con los clientes son la atención personal, el teléfono e internet, sin embargo, la empresa no califica adecuadamente a los empleados que atienden directamente al consumidor (Dallazen, 2010). Según este autor, la empresa no cuenta con un programa de posventa y no brinda retroalimentación al usuario, ni busca saber si ha sido atendido o si su problema ha sido resuelto. Además, esporádicamente la empresa subcontrata encuestas de satisfacción en el mercado con respecto a sus operaciones.

Se tiene especial cuidado en el control de la calidad del agua distribuida y el tratamiento de las aguas residuales, sin embargo, no se controla la satisfacción de los usuarios con respecto al tiempo de espera y la efectividad de los servicios (Dallazen, 2010). En el sector saneamiento la competencia es diferenciada. Sin embargo, no es por ser una empresa estatal que la empresa de saneamiento básico no tiene que lidiar con la competitividad del mercado. Para el autor, los principales competidores serían las empresas que ofrecen fuentes alternativas de abastecimiento, como perforadoras de pozos



artesianos y distribuidoras de agua natural embotellada. En el análisis del autor, la empresa está ausente de un plan centrado en las necesidades del cliente, para una relación efectiva con el cliente. El autor proyectó que la elaboración de este plan podría traer mejoras en la relación con el cliente.

Para continuar con la investigación, se aplicaron cuestionarios a los usuarios de los servicios de esta empresa de saneamiento básico en ciudades de Rio Grande do Sul. Este paso obtuvo un total de 261 respuestas. Inicialmente, el estado se dividió en 10 regiones, siguiendo la división utilizada por la principal Empresa de Saneamiento Básico del Estado: (i) Metropolitana con 28 municipios; (ii) Campanas con 17 municipios; (iii) Frontera con 7 municipios; (iv) Nordeste con 54 municipios; (v) Sur con 23 municipios; (vi) Costa con 17 municipios; (vii) Planalto con 69 municipios; (viii) Pampa con 15 municipios; (ix) Misiones con 64 municipios; (x) Central con 31 municipios.

Optamos por analizar las regiones en tres grupos, a saber: la región sur (con 215 respuestas), la región metropolitana (con 17 respuestas) y las demás regiones, agrupadas (con 24 respuestas).

En cuanto a la delimitación del perfil de los encuestados, el 64,4% eran mujeres, mientras que el 35,6% eran hombres. La tasa de edad fue muy heterogénea, con predominio entre los 18 y los 35 años.

De los encuestados, el 94,6% (247 personas) consumen servicios de abastecimiento de agua. 146 personas (55,9%) consumen servicios de alcantarillado y 3,8% (10 encuestados) no supieron definir qué servicios utilizaban. Otro dato importante para destacar de la muestra es el lugar donde se consumen estos servicios, considerando que el 98,5% los utiliza en los hogares, y solo 4 encuestados (1,5%) los utiliza en establecimientos comerciales. Además, el 62,8% de los encuestados estableció que los servicios utilizados benefician hasta a 3 personas. Beneficio del 34,1% entre 4 y 6 personas. Solo el 3,1% de la muestra mostró que el servicio beneficia a más de 6 personas.

Los resultados aquí presentados derivan del análisis de cuatro variables ACSI, para lo cual, junto con el desempeño, también se planteó el grado de importancia que les atribuyen los encuestados. Estos cuatro atributos de evaluación del servicio se presentan en secuencia. Son ellos:

- Devolución de solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles;
- Tiempo de espera para el servicio y plazos para la realización de los servicios solicitados;
- Servicio de conexión y reconexión solicitado; y
- Regularidad en el suministro de agua y/o tratamiento de aguas residuales.

El estudio utilizó un diseño alternativo de medidas repetidas para investigar atributos críticos en importancia y factores de rendimiento y examinar las diferencias entre grupos. Se calcularon los promedios de cada uno de los aspectos evaluados por los 261 encuestados, tanto por importancia como por desempeño, y los resultados se graficaron en gráficos de importancia y desempeño (IPA-

Grids).

Según Oh (2001), la esencia del Análisis de Desempeño de Importancia - IPA combina medidas de importancia y desempeño del atributo en una cuadrícula bidimensional (IPA-Grid), lo que facilita la interpretación de la evaluación del consumidor y la provisión de sugerencias prácticas. Los atributos representados en el primer cuadrante corresponden a aquellos que los clientes consideran importantes para su decisión de compra, y en los que los clientes también perciben un buen desempeño; para estos se recomienda simplemente "mantener el buen trabajo". Las variables cuyos promedios están representados en el Cuadrante 2 son consideradas menos importantes por los clientes, pero aun así la empresa se desempeña bien; sugieren una "posible exageración" del esfuerzo por parte de la empresa.

Algunos atributos pueden caer en el tercer cuadrante, un área de "baja prioridad", porque tanto la importancia como el rendimiento de los atributos representados allí están por debajo del promedio. Es probable que estos elementos reciban una baja prioridad en las decisiones de asignación de recursos. Los atributos más problemáticos, que deben llamar especial atención por parte de la Administración, son aquellos considerados importantes por los usuarios y en los que la empresa no se desempeña bien; son los atributos representados en el Cuadrante 4, a menudo llamado "enfoco aquí".

Si bien se presta a la evaluación estadística, el análisis realizado a través de gráficos de Importancia y Desempeño (IPA) proporciona una instantánea atractiva de la evaluación de los clientes de los servicios que ofrece la empresa en atributos seleccionados, y al mismo tiempo ofrece pautas para futuras decisiones de asignación de recursos de la empresa. A continuación, se presentan y analizan los IPA-Grids de tres grandes regiones en las que la empresa en cuestión ofrece sus servicios.

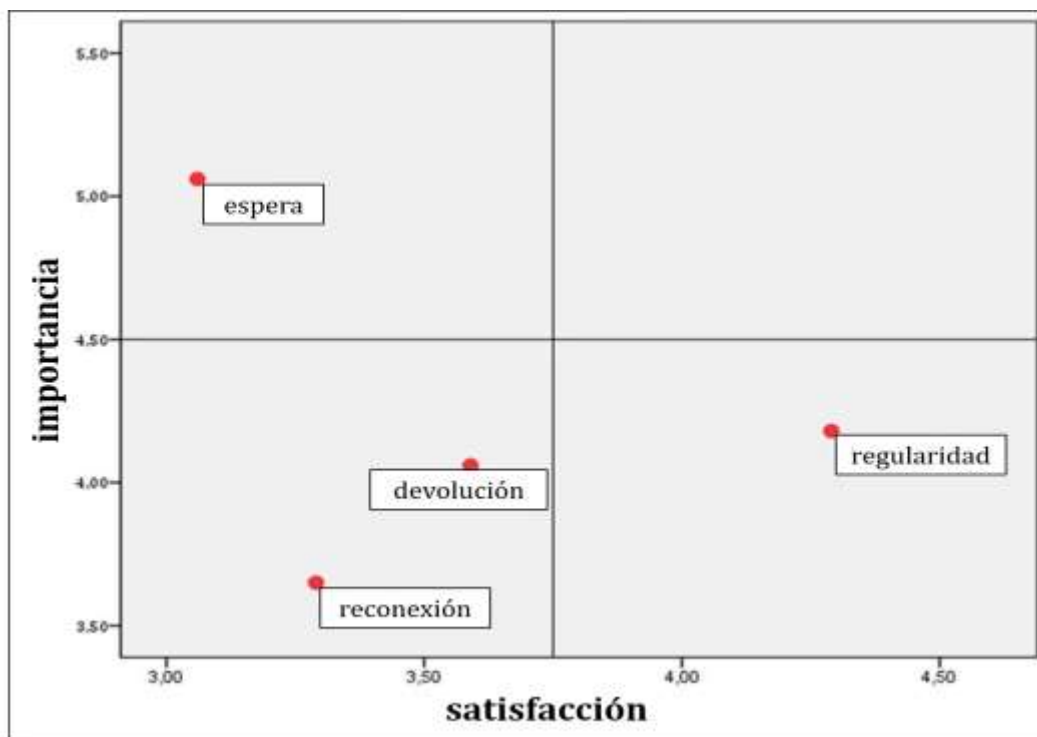
### **Región metropolitana de la capital del estado**

En la región metropolitana, se puede observar que el tiempo de espera por el servicio y los plazos para realizar los servicios solicitados fueron bien evaluados por los consumidores y recibieron una buena evaluación de desempeño. Así que aquí está el consejo para seguir con el buen trabajo. Dos ítems tuvieron calificaciones de importancia y desempeño por debajo del promedio, que son los servicios solicitados de conexión y reconexión, y la devolución de solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles. En estos, la indicación es que los recursos disponibles no necesitan tener su uso priorizado en esta área.

Sin embargo, en cuanto a la regularidad del suministro de agua y/o tratamiento de aguas servidas, hubo una evaluación de desempeño baja, al mismo tiempo que existe una atribución de desempeño alta por parte de los consumidores. Aquí, el indicio es que los recursos con los que cuenta la región metropolitana están dirigidos a resolver este problema de la mejor manera posible. Los datos para esta región se pueden ver a continuación, en la Figura 1.

### **Figura 1**

Región Metropolitana



Fuente: datos de la encuesta.

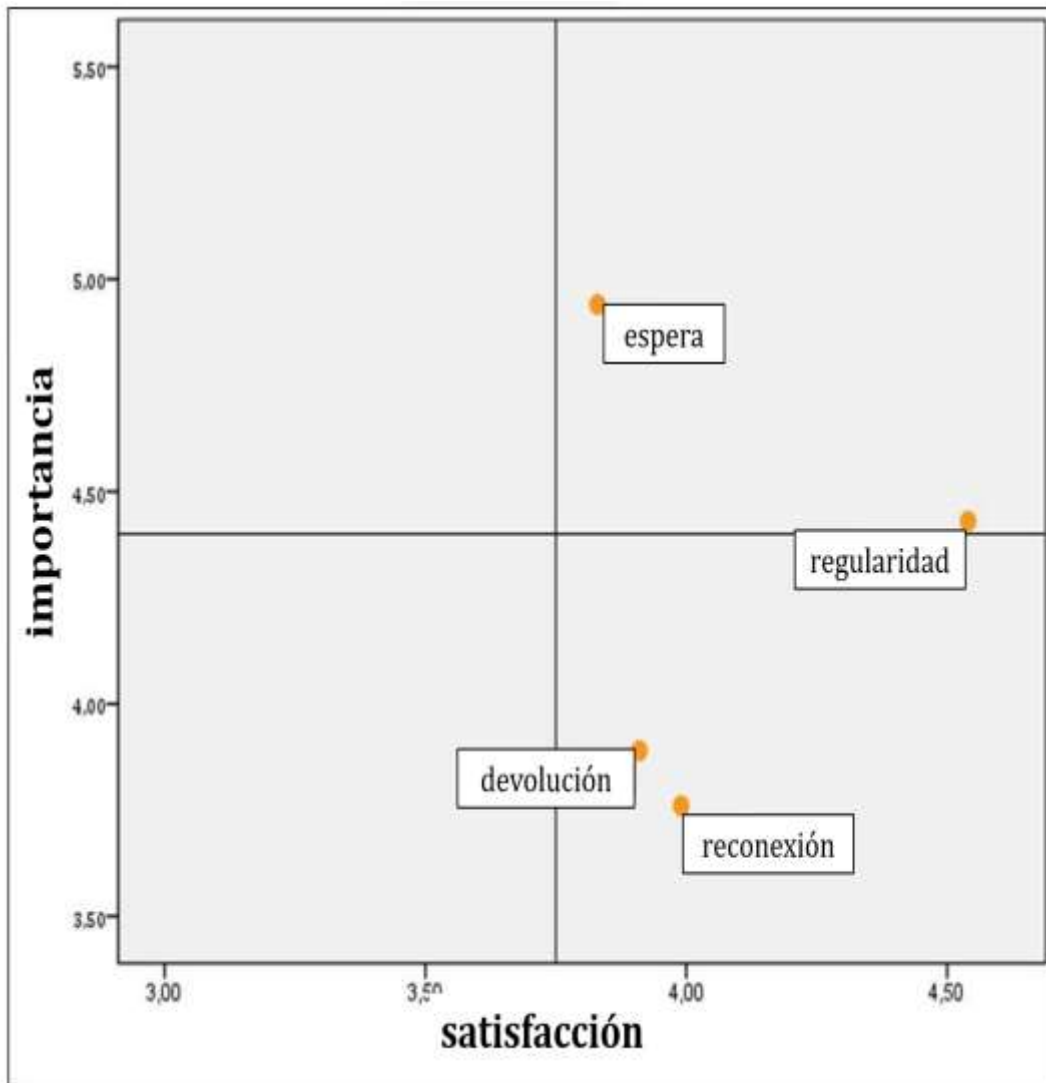
### Región sur del estado

La región sur tuvo los atributos tiempo de espera para el servicio y plazos para realizar los servicios solicitados y regularidad en el suministro de agua y/o tratamiento de aguas servidas con una atribución relativamente menos importante, pero con un buen desempeño atribuido.

Por otro lado, los atributos de conexión solicitada y servicio de reconexión y devolución de sus solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles son atributos que son importantes para los consumidores de la región sur, pero la empresa no se desempeña bien en ellos. Aquí, se indica que los recursos y la atención de la empresa, en la región sur, se enfocan en la solución de estos problemas. Los datos para esta región se pueden ver a continuación, en la Figura 2.

### Figura 2

Región Sur



Fuente: datos de la encuesta.

### Otras regiones del estado de Rio Grande do Sul

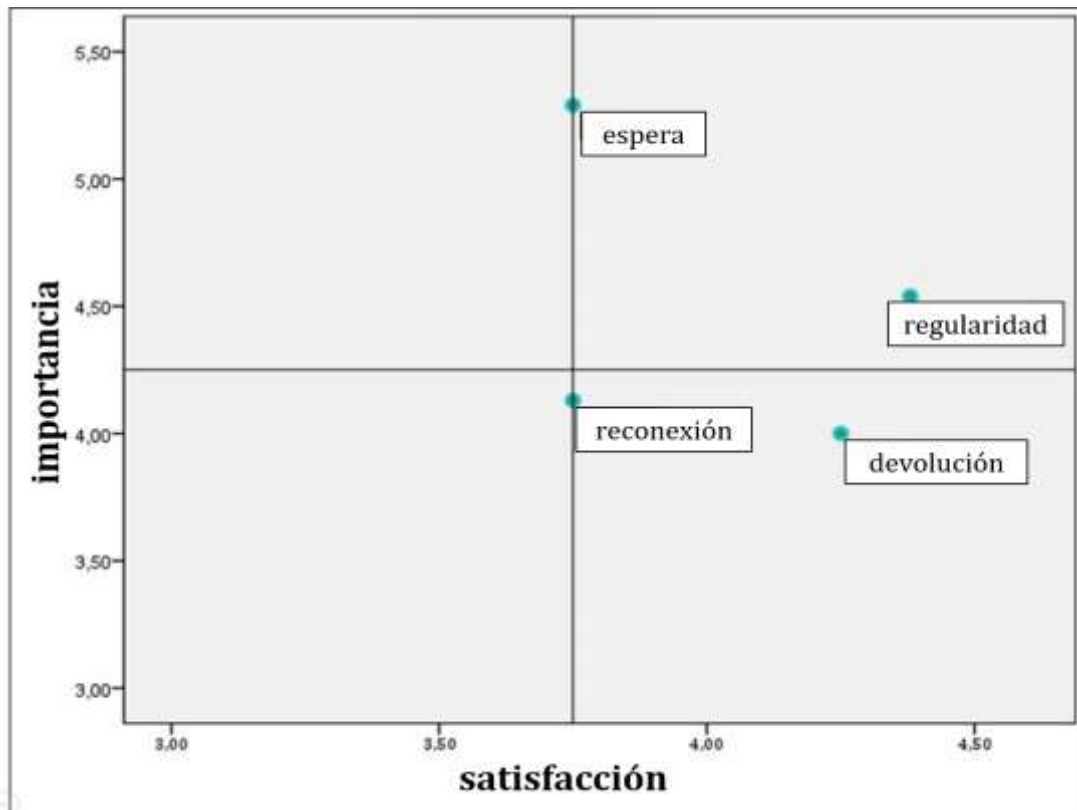
Para las demás regiones se observó una distribución promedio para dos atributos. En cuanto al tiempo de espera para el servicio y los plazos para la realización de los servicios solicitados, la empresa se encuentra en promedio bien evaluada y con una atribución promedio de importancia alta. Este es un atributo que puede recibir atención de la empresa, ya que puede volverse más importante en el futuro. En cuanto a la regularidad en el suministro de agua y/o tratamiento de aguas residuales, es claro que estas regiones tienen un buen desempeño, pero una atribución de importancia no tan grande. No hay mayores preocupaciones en este sentido.

En cuanto al servicio de conexión y reconexión solicitado, se mostró bajo, pero medio en cuanto a desempeño y atribución de importancia. Aquí, se necesita algo de cuidado ya que este atributo puede volverse más importante y entraría en los atributos de emergencia de la empresa en estas regiones. En cuanto a la devolución de sus solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles, requiere la atención de la empresa a estas regiones, dado que recibieron una baja

valoración frente a su alta atribución de importancia. Aquí se indica que los recursos de estas regiones se dirigen a este atributo. Los datos para esta región se pueden ver a continuación, en la Figura 3.

**Figura 3**

Otras regiones



Fuente: datos de la encuesta.

## DISCUSIÓN

En solo uno de los atributos de una de las regiones, la empresa obtuvo una buena evaluación de desempeño y recibió una atribución de importancia alta, que sería respecto al tiempo de espera del servicio y los plazos para realizar los servicios solicitados en la región metropolitana. Posteriormente, el tiempo de espera en las demás regiones se redujo entre el primer y el segundo cuadrante, demostrando que este atributo puede recibir una mayor atribución de importancia y ser bien evaluado en otras regiones también.

En cuanto a los atributos que son relativamente menos importantes, pero la empresa se desempeña bien, tenemos el tema del tiempo de espera para el servicio y los plazos para la realización de los servicios solicitados en la región sur, y la regularidad en el suministro de agua y/o tratamiento de alcantarillado en la región sur y otras regiones. En cuanto a los atributos que merecen baja prioridad, debido a que las calificaciones de importancia y desempeño del atributo son inferiores al promedio, tenemos la devolución de sus solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles y el servicio de conexión y reconexión solicitado, tanto en la región metropolitana. Pegando en la línea, dividida entre el tercer y cuarto cuadrante, tenemos la cuestión del servicio de conexión y

reconexión solicitado en las demás regiones.

En cuanto a los atributos en los que la empresa debe enfocarse para mejorar su desempeño, tenemos cuatro, a saber: en cuanto a la regularidad en el suministro de agua y/o tratamiento de aguas servidas, en la región metropolitana; sobre el servicio de conexión y reconexión solicitado en la región sur; y respecto de la devolución de sus solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios de comunicación disponibles en las regiones del sur y otras regiones. En estos, la empresa debe centrar su asignación de recursos en la mejora continua siempre que sea posible.

## **CONCLUSIÓN**

El presente trabajo investigó la aplicabilidad del modelo ACSI en el contexto de los servicios de saneamiento básico en una Empresa de Saneamiento Básico ubicada en el Sur del país. Para ello, se buscó explicar a través de la literatura sobre el tema, y demostrar la aplicabilidad de los elementos presentes en el modelo a través de datos reales. Se realizó la aplicación de 261 cuestionarios en 10 regiones de Rio Grande do Sul, y a través de ellos, se analizaron cuatro atributos en cuanto a su importancia y connotación de actuación, a saber: en cuanto a la devolución de sus solicitudes (llamadas) realizadas a través de los medios puestos a disposición ; sobre el tiempo de espera para el servicio y los plazos para realizar los servicios solicitados; sobre el servicio de conexión y reconexión solicitado; y sobre la regularidad del abastecimiento de agua y/o tratamiento de aguas residuales.

Si bien los datos fueron recolectados en 10 regiones diferentes, se decidió analizarlos agrupados en 3 regiones, a saber: la región metropolitana, la región sur y todas las demás regiones agrupadas en un solo eje de análisis.

Dado el reporte de los hallazgos, el presente trabajo indica que el ACSI también puede ser aplicado dentro de un servicio de uso continuo. Sin embargo, como limitación de esta investigación, se destaca que, aunque los datos recolectados contemplaron todo el conjunto de variables ACSI, los resultados analizados representan solo una parte de los datos recolectados. Además, la investigación fue utilizada en una sola empresa y en un solo estado brasileño. Por lo tanto, queda como sugerencia para futuras investigaciones aplicar este modelo en su totalidad, así como en otras empresas de uso continuo y otras regiones brasileñas, con el fin de proporcionar un panorama más generalizable de la técnica de estudio y contribuir a una mejor comprensión. de la satisfacción de los usuarios de los servicios públicos continuos.

## **REFERENCIAS**

- Angelova, B., & Zekiri, J. (2011). Measuring customer satisfaction with service quality using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). *International journal of academic research in business and social sciences*, 1(3), 232-258. <http://dx.doi.org/10.6007/ijarbss.v1i2.35>
- Angnes, D. L., Moyano, C. A. M., & Lengler, J. F. B. (2015). Avaliação da Satisfação do Cliente em Serviços de Restaurantes com Aplicação do ACSI. *Revista Brasileira de Pesquisa em*

*Turismo*, 9(1), 174-193. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v9i1.725>

Aragão, M. C. D. C. (2017). A satisfação do Cidadão com o Governo Municipal Quando Participa da Governança Pública. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 41.

Awwad, M. S. (2012). An application of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) in the Jordanian mobile phone sector. *The TQM Journal*, 24(6), 529-541. <https://dx.doi.org/10.1108/17542731211270098>

Carvalho Filho, J. D. S. (2014). Manual de direito administrativo. 27. ed. São Paulo: Atlas.

Coimbra, L. A. S., Pereira Junior, E. F. Z., D'ávila, L. C., & Schroeder, E. A. (2019). Fluxo de serviço para mapear falhas: estudo no setor de construção de plataformas petrolíferas. *Revista do instituto de ciências econômicas, administrativas e contábeis – SINERGIA*, 23(2), 47-60. <https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v23n2-8680>

Dallazen, F. (2010). *Uma proposta de plano estratégico para a unidade de saneamento da Corsan de Passo Fundo*. (Monografia de Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Passo Fundo, RS, Brasil.

Di Pietro, M. S. Z. (2015). Direito administrativo. 28. ed. São Paulo: Atlas.

Diehl, A., & Tatim, D. (2004). *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Garcia, D. R., Pereira Junior, E. F. Z., & Leite, F. K. (2021). Caracterização da produção científica mundial sobre desempenho em serviços públicos: análise bibliométrica de uma década. In: Castro, A. C. (2021). *Administração: princípios de administração e suas tendências – Volume 2*. Guarujá: Científica Digital. <http://dx.doi.org/10.37885/210504706>

Gonçalves, R. D., & Wohlgemuth, J. M. (2016). Separação e destino dos resíduos recicláveis da área comercial da Corsan. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE*, 5(1), 1-15. <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/422>

Longaray, A. A., Pereira Junior, E. F. Z., Munhoz, P. R., & Tondolo, V. G. (2018). Proposals for redesigning processes and the role of organizational teams: an analysis of scientific production in the light of bibliometrics. *Sistemas & Gestão*, 13(2), 246-254. <https://doi.org/10.20985/1980-5160.2018.v13n2.1386>

Malhotra, N. (2012). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 6. ed. São Paulo: Bookman.

Moura, A. C. D., & Gonçalves, C. A. (2005). Modelo de satisfação ACSI modificado no setor de telefonia móvel. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em*

*Administração*, Brasília, DF, Brasil, 29.

- Nazi, K. M. (2010). Veterans' voices: use of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) Survey to identify My Health e Vet personal health record users' characteristics, needs, and preferences. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 17(2), 203-211. <https://doi.org/10.1136/jamia.2009.000240>
- Oh, H. (2001). Revisiting importance–performance analysis. *Tourism management*, 22(6), 617-627. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00036-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00036-X)
- Pereira Junior, E. F. Z., & Novello, T. P. (2021). Mapeamento das limitações digitais de professores durante o ensino remoto. *Debates em Educação*, 13(31), 902-926. <http://dx.doi.org/10.28998/2175-6600.2021v13n31p902-926>
- Pereira Junior; E. F. Z., Novello, T. P., Pereira, F. D., Melo, P. A D, & Zepka, N. F. R. (2021). Limitações da docência remota: discurso do sujeito coletivo. *EmRede-Revista de Educação a Distância*, 8(2), 1-20. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16930.35522>
- Pereira Junior, E. F. Z., Schroeder, E. A., & Dolci, D. B. (2019). Limitações digitais, causas e consequências na efetividade do uso do site trello no planejamento estratégico de uma secretaria de educação a distância de uma universidade federal. *EmRede-Revista de Educação a Distância*, 6(1), 69-85 <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.23787.28964>
- Pinsonneault, A., & Kraemer, K. (1993). Survey research methodology in management information systems: an assessment. *Journal of management information systems*, 10(2), 75-105. <https://doi.org/10.1080/07421222.1993.11518001>
- Roesch, S. M., Becker, G. V., & Mello, M. I. D. (2015). *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. São Paulo: Atlas, 2015.
- Rossi, C. A. V., & Slongo, L. A. (1998). Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. *Revista de Administração contemporânea*, 2(1), 101-125. <https://doi.org/10.1590/S1415-65551998000100007>