



Octubre 2019 - ISSN: 1696-8352

TÍTULO: ESTUDIO DE MARKETING: UNA NECESIDAD PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE POR LOS SERVICIOS PRESTADOS POR LA AGENCIA ESTE DE LA EMPRESA PROVINCIAL DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN GUANTÁNAMO.

Autor: Lic. Liubert Batista Díaz

Centro de trabajo: Agencia Este, Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo.

Correo electrónico: -

Autor: MSc. Francisco Martín Fernández

Centro de trabajo: Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Guantánamo

Correo electrónico: francof@cug.co.cu

Autor: Lic. Yoima Leyva Estévez

Centro de trabajo: Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Guantánamo

Correo electrónico: ylestevez@cug.co.cu

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Liubert Batista Díaz, Francisco Martín Fernández y Yoima Leyva Estévez (2019): "Estudio de marketing: una necesidad para evaluar la satisfacción del cliente por los servicios prestados por la agencia este de la empresa provincial de seguridad y protección Guantánamo", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (octubre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/satisfaccion-cliente-servicios.html>

RESUMEN

La ponencia de investigación tiene por título: Estudio de marketing: una necesidad para evaluar la satisfacción del cliente por los servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, presenta como problema de investigación: ¿Cuál es el estado actual que presenta la satisfacción de los clientes hacia los servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo?, y como propósito: Proponer un estudio de marketing para el mejoramiento de la satisfacción del cliente en la Agencia Este, de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, teniendo como referencia la combinación de un plan de marketing de servicios y el modelo SERVQUAL. Se emplearon métodos y técnicas del nivel teórico y empírico, en el cuál el resultado del diagnóstico realizado permitió encontrar diferentes causas que originaron, como uno de los aspectos, la insatisfacción del cliente ante los servicios recibidos por la Agencia Este, por lo que se determinó realizar la investigación.

SUMMARY

The research paper has the title: Marketing study: a need to assess customer satisfaction for the services provided by the East Agency of the Guantanamo Provincial Security and Protection Company, presents as a research problem: What is the current state? that presents the satisfaction of the clients towards the services provided by the East Agency of the Provincial Security and Protection Company Guantanamo ?, and as a purpose: To propose a marketing study for the improvement of the client's satisfaction in the East Agency, of the Provincial Security and Guantanamo Protection Company, taking as a reference the combination of a service marketing plan and the SERVQUAL model. Methods and techniques of the theoretical and empirical level were used, in which the result of the diagnosis made possible to find different causes that originated, as one of the aspects, the dissatisfaction of the client before the services received by the East Agency, for what was determined perform the investigation.

Palabras claves: Satisfacción del cliente, Marketing, Marketing de los servicios, Estudio de marketing, Servicio.

Key words: Customer satisfaction, Marketing, Marketing services, Marketing study, Service.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa que quiera competir en el ámbito de los servicios de seguridad y protección, siempre debe cuidar de las expectativas de las personas con las cuales establecen contratos, debido en lo fundamental, a la falta de credibilidad que produce su gestión como organización.

Estudiar la satisfacción del cliente es uno de los campos de estudio que aborda el marketing o mercadotecnia, el que visto desde el ámbito de acción del marketing de servicios y en unión con la gestión empresarial, se acercan a la realidad que ocurren en las organizaciones, a la vez que se convierten en instrumentos para el estudio y comprensión de esa realidad.

Según el investigador Iván Thompson en la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener "satisfecho a cada cliente" ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, entre otros) de las empresas exitosas. (Thompson, 2006)

Autores como (Montes, Velásquez, Acero, 2013, citados en Autores, 2015) reconocen el valor de la satisfacción del cliente como referencia a lo que perciben los consumidores en sus productos con respecto a las expectativas formado con antelación por estos, y no solo debemos enfocarnos en satisfacer las necesidades de los consumidores, sino que debemos asegurar el cumplimiento de sus expectativas, dado que el hacerlo asegurará de cierta manera

un hábito o frecuencia de compra y el no conseguirlo traerá como consecuencia la pérdida de los clientes.

La satisfacción del cliente es parte de los estudios de marketing. Respecto a esa concepción los estudios de mercados se han definido de muchas formas. Autores como (McCarthy, Perreault, 2001) proponen que es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.

(Kotler P. A., 2013) lo consideran como un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros.

En la satisfacción del cliente se tiene en consideración el estudio del marketing de los servicios que según (Zeithaml, Bitner, 2002) son todas las actividades económicas cuyo resultado no es un producto o construcción física, que generalmente se consume en el momento en que se produce y que proporciona valor agregado al añadir aspectos (como la conveniencia, entretenimiento, oportunidad, comodidad o salud) que esencialmente son preocupaciones intangibles para quienes los adquieren por primera vez.

El autor (Muller, 2003) califica que un servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente. Por otra parte, el servicio genera una experiencia psicológica en el cliente según la manera como el proveedor del servicio proporciona este.

Existen trabajos de investigación desarrollados por estudiantes de la carrera de Comunicación Social, en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Universidad de Guantánamo, relacionados con el marketing y la atención al cliente, por lo que aún resultan insuficientes los estudios que conducen a conocer la satisfacción del cliente en el campo de estudio del Marketing de servicios.

La Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo fundada en el año de 2006, fue creada con el propósito fundamental de ofrecer servicios de seguridad y protección a las entidades estatales de subordinación local y nacional, ubicadas en el municipio cabecera y de la provincia de Guantánamo.

Como parte de la reestructuración que se produjo en la Empresa, es en el año 2013 que se crea la Agencia Este que presta servicios de seguridad y protección en la barriada de San Justo en la ciudad de Guantánamo y abarca además a los municipios de Manuel Tames y Yateras.

En los últimos tiempos la Agencia Este amplió su cartera de negocios, con la aparición de servicios como: diseño y elaboración de solapines, impresión de documentos, cursos de capacitación de agentes y mandos intermedios, elaboración de planes de protección y diseños de objetivos de seguridad y protección. A pesar de ampliar las oportunidades de servicios de la Agencia Este en el estudio diagnóstico inicial realizado como parte de la investigación, se detectaron varias insuficiencias entre las que encuentran:

1. Insuficiente satisfacción de los clientes hacia los servicios prestados por la Agencia Este.
2. Insuficiente estudio de mercado para las ventas de los servicios.
3. Deficiente promoción de los servicios que presta la Agencia Este.
4. Insuficiente comunicación con los clientes.

Por todo lo antes expuesto se plantea el siguiente **problema científico**:

¿Cuál es el estado actual que presenta la satisfacción de los clientes hacia los servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo?

Objetivo General:

Proponer un estudio de marketing para el mejoramiento de la satisfacción del cliente en la Agencia Este, de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, teniendo como referencia la combinación de un plan de marketing de servicios y el modelo SERVQUAL.

Métodos y técnicas de investigación:

Para la presente investigación se utilizaron métodos y técnicas del nivel teórico y del nivel empírico los cuales se relacionan a continuación:

Histórico-lógico: Posibilita hacer un recorrido por los antecedentes del surgimiento de la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, lo que permite poder analizar la actualidad de cómo se evaluará la satisfacción del cliente, al tener como base el estudio de bibliografías relacionadas con el tema.

Análisis-síntesis: Se utiliza en toda la investigación para el análisis teórico de la literatura, el procesamiento de la información y la realización que propone el estudio de marketing para evaluar la satisfacción del cliente y la obtención de conclusiones.

Inducción-deducción: Para el análisis de los cuestionarios de las encuestas aplicados y entrevistas realizadas durante el proceso de investigación, lo que posibilita que partiendo del conocimiento de las situaciones particulares, se llega a un conocimiento más general y de este a otro de menor nivel de generalidad.

Encuestas: Para conocer el grado de conocimiento que presentan los clientes al recibir la prestación de los diferentes servicios de la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo.

Entrevistas: Permite mantener el contacto verbal con directivos y trabajadores la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo para conocer sus opiniones.

Observación: Posibilita la recogida de diferentes tipos de datos relacionados con la comunicación que se establece entre los trabajadores de la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo. La misma fue participante al involucrarse el observador con el proceso en estudio.

Análisis documental: Permite revisar los diferentes documentos de la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo relacionado con la prestación del servicio al cliente.

Población y muestra

El universo de estudio de la población de la Agencia Este es de 245 trabajadores, a la que se le añade 40 clientes externos, lo que suma un total de 285. La muestra es de 85 personas lo que representa el 30 %, de ellos 40 son clientes externos, y 45 son trabajadores, por lo que la muestra es no probabilística porque los elementos no se escogen aleatoriamente, y no se puede establecerse de manera precisa su representatividad. Es intencional porque se seleccionan casos típicos según el investigador.

Desarrollo

Análisis de los resultados

En la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo se trabajó con una muestra de 85 personas, de ellos son 45 trabajadores y 40 clientes externos a los que se les aplicaron diferentes métodos y técnicas de investigación como la guía de observación participante, encuestas, entrevistas y análisis documental, las que se recopilaron, conocieron y evaluaron los siguientes resultados:

La observación participante se realiza para observar cómo se proyectan los trabajadores de la Agencia Este en sus distintas áreas. Se pudo comprobar que en el ambiente físico mantienen buena higiene personal y la forma de vestir, presentan uniforme, y estos particulares son chequeados en la formaciones antes de realizar el servicio de guardia, y en el caso de los directivos son los que dirigen el proceso, son sancionados quienes no presenten buen porte y aspecto.

En la Agencia Este el espacio físico es limitado pues existe hacinamiento y no existe privacidad en las diferentes áreas de trabajo, por lo que es digno reconocer que los locales están limpios y organizados, manteniendo esas condiciones.

La Agencia Este no dispone de un Manual de Identidad Visual propio, el logotipo es un escudo con una estrella y los colores de la bandera rojo, blanco y azul con la identificación de la Empresa Provincial de seguridad y Protección Guantánamo, y además se identifica el uniforme de los agentes con los colores el blanco y el marrón (camisa blanca y pantalón marrón).

En este aspecto del comportamiento organizacional se comprobó que los trabajadores mantienen buenas relaciones interpersonales independientemente de los cargos o funciones, respetando el trabajo y la posición en que se encuentren.

Las características de local con hacinamiento de la instalación y la acústica que genera han implantado la cultura de la buena escucha y el tono moderado en la voz en el momento de establecer la comunicación. El comportamiento laboral se apreció que las relaciones laborales entre los trabajadores son buenas, con un buen aprovechamiento de la jornada laboral.

En cuanto a los aspectos específicos de la comunicación organizacional en la Agencia Este el flujo de la comunicación es descendente porque la comunicación fluye por las distintas áreas, orientaciones y funciones según el orden jerárquico en que son orientadas desde la dirección provincial a los directivos de la agencia y está a su vez sigue descendiendo por especialistas, técnico, Jefes de Objetivo y Jefe de Turno hasta llegar a los Agentes de Seguridad y Protección.

Es ascendente porque al llegar la información es procesada por los trabajadores que está a su vez es analizada, procesada y ejecutada por los mismos existiendo diferentes formas de llegar la información a la Empresa puede ser por los informes realizados en cada reunión de la sección sindical o cara a cara por el Jefe de turno o Jefe de objetivo este a su vez la emite a los técnicos y especialistas, que lo tributan al director y por esta vía llega al director provincial.

Fluye la comunicación transversal: porque existe una comunicación entre los propios especialistas, técnicos, jefes de objetivos y los propios Agentes de Seguridad y Protección.

Canales de comunicación: siguiendo el orden jerárquico de la estructura organizacional, formal o informal. Se utilizan los medios de comunicación como: teléfonos, murales, reuniones, cara a cara, asambleas.

Tipos de mensajes: tarea (indicaciones de servicios, actividades a realizar, resolución de problemas); mantenimiento: órdenes, directivas, procedimientos, controles; humanos: sentimientos, relaciones interpersonales, la moral, y el concepto que tienen de sí mismos.

La encuesta se le aplicó a 40 clientes se dio a conocer la opinión en cuanto a los siguientes aspectos servicio al cliente, desempeño de nuestro personal, satisfacción general lo que se pudo constatar:

Los encuestados respondieron que el servicio al cliente 62 % (25) marcaron que no resuelven los problemas y preocupaciones 25 % (10) marcaron que nunca y 13 % (5) marcaron que sí.

El 25 % de los encuestados (10) refieren que son tratados amablemente cuando solicitan un servicio y el 75 % (30) que solo en ocasiones o nunca muestran amabilidad en el trato.

Los encuestados 62 % (15) respondieron de inmediato, 37 % (25) respondieron en un plazo no menor de 72 horas para un 100 % .

Los encuestados respondieron que 75 % (30) que sí es fácil contactar, 20 % (8) respondieron que no y 5 % (2) no puedo.

El 70 % (28) de los clientes admitieron que no poseían ninguna cualidad , 18 % (7) que tenían algunas y 13 % (5) que poseían cualidad.

Respondieron los clientes al 70% (28) valoradas de deficiente, 18 % (7) valoradas de aceptables y 13 % (5) valoradas de buena

Los clientes respondieron 62 % (25) no se corresponde el precio con el servicio recibido por la agencia ,37 % (15) están de acuerdo con el precio con el servicio recibido por la agencia.

Los clientes respondieron 75 % (30) declaran que no cumple las expectativas , 25 % (10) declaran que si cumple las expectativas.

Los clientes respondieron 70 % (28) valoradas de deficiente, 18 % (7) valoradas de aceptables y 13 % (5) valoradas de buena. Al aplicar la entrevista a 45 trabajadores desde directivos hasta Agentes de seguridad y protección de la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo los resultados fueron los siguientes:

En la pregunta 1 el 71 % (32) trabajadores y directivos argumentan que sí conocían la razón de ser de la agencia Este que es la prestación de servicios de guardia, y la protección de bienes y recursos del Estado, y el 29 % (13) trabajadores respondieron que no conocían la razón de ser por ser de nueva incorporación.

La interrogante número 2 el 100 % de los entrevistados (45) trabajadores y directivos responden que sí conocían a cuáles clientes se le presta el servicio.

La cuestión 3 presenta al 100 % de los entrevistados (45) trabajadores y directivos que manifiestan que el trato hacia los clientes era respetuoso, afable, amable, afectuoso, sin perder la razón de ser de la Agencia Este.

En la pregunta 4 el 71 % (32) trabajadores y directivos alegan que sí conocen de la caracterización de los clientes de las entidades a las que le prestan el servicio de seguridad y protección, y el 29 % (13) trabajadores contestaron que no conocían la caracterización de sus clientes.

En la cuestión número 5 presenta el 88 % (40) trabajadores y directivos contestan de forma positiva sobre la existencia de un sistema de información u orientación de los servicios que se le ofrecen al cliente, y el 12 % (5) trabajadores respondieron negativamente.

A la pregunta número 6 el 88 % (40) trabajadores y directivos responden que no cumplen con su función principal que es la mantener informados a la dirección de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo sobre los problemas que ocurren relacionados con la prestación del servicio. Por su parte el 12 % (5) trabajadores no conocen de su función.

Estudio de marketing para la satisfacción del cliente por los servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo

Método SERVQUAL por (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1995) basado en el estudio de Marketing para la evaluación de la satisfacción del cliente. Como estructura la propuesta de estudio de marketing para la satisfacción del cliente en la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo se presenta así:

1. **Caracterización** (diagnóstico situacional de la institución: historia fundacional y funcionamiento actual, Misión, Visión, organigrama en párrafo, productos, o servicios)

La Empresa de Seguridad y Protección de Guantánamo, de forma abreviada SIPROT, fue creada en el año 2003, por Resolución 98/03 de fecha 30 de noviembre de ese mismo año, emitida por el Presidente de la Asamblea Provincial del Poder Popular, y del Consejo de la Administración Provincial Guantánamo.

En esa fecha se desempeñaba como presidente de la Asamblea Provincial del Poder popular el compañero Orlando Moraga Claro. Esta Empresa lleva como nombre oficial el de Mayor Leonardo Trutie Parra, destacado miembro de las filas del MININT y ejemplo de disciplina y lealtad en el cumplimiento de su deber revolucionario.

Desde sus inicios la oficina radica en el 8 Oeste entre Pinto y la Avenida. El primer director de esta empresa fue Rodolfo Cuña Heredia, y desde sus inicios comenzaron con dos unidades básicas: la unidad básica Norte y la unidad básica Sur. En los meses siguientes se incorporan en el área Sur el municipio de Niceto Pérez y en el área Norte el municipio de Yateras.

Baracoa además se incorporaba como área independiente subordinada a la Agencia Norte. Paulatinamente se fueron incorporando los otros municipios hasta llegar abarcar todos los municipios de la provincia. En el año 2009 por el creciente desarrollo alcanzado se crea la Agencia de Baracoa que atendía los municipios de San Antonio del Sur, Imías y Maisi. Es por el año 2013 que por la gran extensión que abarcaba esta agencia se separan quedando la Agencia de San Antonio del Sur con el municipio del mismo nombre e Imías, y en febrero del 2015 se crea una nueva Agencia la Este buscando mejores resultados.

Actualmente la empresa se encuentra distribuida de la siguiente forma agencia Norte comprende desde el municipio del Salvador y la zona centro norte del municipio Guantánamo, la agencia Sur comprende los municipios de Caimanera, Niceto Pérez y la zona centro Sur del municipio Guantánamo, la Agencia Este abarca la zona desde la Ciudad deportiva (San

Justo)zona Este de la Ciudad de Guantánamo los Municipios de Manuel Tames y Yateras. La agencia de San Antonio del Sur comprende municipio del mismo nombre e Imías.

Por último la agencia de Baracoa comprende el área de Baracoa y Maisi, además de contar con una agencia técnica con el único fin de ofrecer otros servicios de apoyo al objeto social, de la empresa y de las agencias y unidades básicas.

La Agencia Este cumple con la **Misión** de la Empresa:

Brindar servicios de Seguridad y Protección en el territorio de la provincia de Guantánamo, a entidades de subordinación local y a terceros, con medios técnicos y humanos, asesoría, capacitación, traslado de valores y otros contenidos en el objeto social con profesionalidad, calidad y confiabilidad.

A igual que presenta la misma **Visión** de la Empresa:

Lograr ser Líder en la Protección y la Seguridad, evaluado con competitividad nacional.

El universo de estudio de la población de la Agencia Este tiene una plantilla de 245 trabajadores, y está compuesta por 1 Director de agencia, 2 especialistas (1 Protección y 1 Comercial), 5 Técnicos (1 Protección, 1 Economía, 1 Recursos Humanos), 1 Técnica de producción y 1 Técnico investigador, 9 jefes de objetivos, 14 jefes de turno, 214 Agentes de seguridad y protección, a la que se le añade 40 clientes, lo que suma 285 en total del sexo femenino 92 y del sexo masculino 153. (Ver Anexo 5).

Los **servicios** que presenta la Agencia Este son:

- Servicio de seguridad y protección
- Comercialización e instalación de codificadores de seguridad.
- Servicio de capacitación en materia de seguridad y protección.
- Servicios de asesoría de seguridad y protección.
- Diseños y diagnósticos de Seguridad y Protección.
- Servicios de elaboración y montajes de medios físicos.
- Servicios de reparación y mantenimiento de medios físicos.
- Servicios de instalación, arrendamiento, mantenimiento y reparación de medios centralizados de sistema contra intrusos.
- Producción y comercialización de medios de identificación como Credenciales y Solapines.
- Confección de señaléticas de seguridad para áreas reservadas, restringidas, puntos vitales, cercados perimetrales y controles de acceso.
- Elaboración, impresión, encuadernamiento y Fotocopia de tesis, folletos, certificados y otros documentos.
- Brindar servicios de detectives a entidades estatales

2. **Análisis de la situación actual del mercado y situación del macroentorno:** ambiente demográfico, ambiente económico, ambiente natural, ambiente tecnológico, ambiente político, ambiente cultural, segmentación del mercado.

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA: La Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo está ubicada en el municipio de Guantánamo, capital de la provincia Guantánamo en el sudeste de Cuba a 965 km de la capital del país.

La provincia de Guantánamo tiene un área de 6, 176 km² que está compuesta por llanuras de origen marino, con el 74 por ciento de su relieve ocupado por montañas y posee una población de 515, 898 habitantes, de los cuales 229 069 personas residen en la capital provincial. Está dividida en 10 municipios: Baracoa, Caimanera, El Salvador, Guantánamo, Imías, Maisí, Manuel Tames, Niceto Pérez, San Antonio del Sur y Yateras. Presenta además un alto número de inmigrantes y descendientes de Jamaica, Haití, Puerto Rico (caribeño y antillano) y franceses. (Información, 2013)

Presenta, en lo fundamental, un clima similar al resto del país: clima tropical de sabana, con un verano bastante cálido y las precipitaciones distribuidas en dos estaciones, estación lluviosa desde mayo a octubre con el 70% aproximadamente de la lluvia total anual y la estación poca lluviosa con el 30% del total anual comprendida desde noviembre hasta abril.

La provincia es cuna de varios ritmos musicales como el Changüí y el Son, cuyo origen comparte con Santiago de Cuba. El Nengón, El Kiriba, La Regina Montunera, El Son Montuno, El Aeroplano, en esa región nació la guitarra Cubana del Son (El Tres) y El Bongo.

Sus principales producciones económicas se centran en la actividad agroindustrial, la que se caracteriza por el limitado desarrollo en relación con otras provincias del país, por poseer por lo general una tecnología atrasada, y por no asimilar la capacidad de materia prima existente en el territorio.

Entre las industrias más importantes están las fábricas de válvulas y bombas, muebles, producciones textiles (AMBAR), y otras de la rama alimentaria como son los combinados Cárnico, Pesquero, Lácteos, de Bebidas y Licores y una planta de beneficio de café. La actividad del comercio desde el 2006 ha crecido considerablemente como parte del Programa de Desarrollo Local que ya sobrepasa las 1000 instalaciones, la ciudad de Guantánamo fundamentalmente muestra una renovada imagen.

La Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo está ubicada en la ciudad de Guantánamo, del municipio y provincia de igual nombre. Ofrece sus servicios a objetivos económicos de los municipios Guantánamo, Yateras y Manuel Tames, por lo que atienden a las variaciones locales en las necesidades y preferencias de sus clientes.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.

El entorno donde está enclavada la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo es en el edificio 12 plantas, en el reparto Caribe, específicamente, en el Consejo Popular Caribe, y es reconocido por sus establecimientos comerciales e instituciones culturales.

El Segmento poblacional de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo es el de los tres municipios en lo que prestan el servicios (Guantánamo, Yateras y Manuel Tames) con 1 934, 28 personas en correspondencia con el sexo femenino 92 y del sexo masculino 153. Está compuesto por un segmento fundamental que es el de las personas jurídicas. Las personas jurídicas son las empresas y organismos a los que la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo ofrece sus servicios:

3. Objetivos de Marketing

La Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo define como objetivo Marketing: garantizar el intercambio de forma voluntaria de la organización con los clientes, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente como objeto social principal de su existencia, y en consecuencia, todas las actividades de la organización deben incurrir en la atención y satisfacción para obtener un beneficio creciente, de forma estable y a largo plazo.

Para lograr este objetivo dirigen sus esfuerzos a alcanzar un permanente intercambio con los clientes y de este con la sociedad, logrando una mejor eficacia y eficiencia en la gestión comercial de los servicios, que involucre a todos los trabajadores.

Aún cuando no está diseñada una política de estudios de marketing adecuada y estructurada, aspecto que caracterizan a las grandes empresas se logra el incremento de las posibilidades y potencialidades de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, con el objetivo de actuar y mejorar en la percepción del público con relación a su imagen.

4. Análisis con Matriz DAFO

Fortalezas

1. Preparación del personal de seguridad y protección
2. Preocupación por la superación constante de los agentes de seguridad y protección.
3. Elevada calificación de los agentes de seguridad y protección.
4. Profesionalidad en la contratación y comercialización de servicios de seguridad y protección.
5. Calidad en la prestación de los servicios de seguridad y protección.
6. Confiabilidad en la utilización de las vías de comunicación.

7. Ser la Agencia Este dentro de la Empresa provincial de Seguridad y Protección que en la se ofrecen servicios de seguridad y protección en objetivos de las direcciones municipales y empresas en la provincia.

Debilidades

1. Poco interés de los agentes de seguridad y protección para continuar con la superación y elevación de su nivel cultural.
2. Escasa tecnología en función de alcanzar mejor comunicación entre los agentes en los distintos objetivos en los que ofrecen sus servicios de seguridad y protección.
3. Falta de capacitación del personal en estudios de marketing relacionados con la calidad y la satisfacción del cliente.

Amenazas

1. Crecimiento de la exigencia en la calidad y satisfacción del cliente relacionada con los servicios.
2. Incremento de la demanda de servicios de protección y seguridad.
3. Aumento de la competencia por parte de empresas como Servicios Especializados de Protección y Seguridad SEPSA.

Oportunidades

1. Extensión de relaciones y contratos de trabajo con otros organismos y centros de trabajo, en específico, con el sector particular.
2. Prioridad que se le ofrece a la capacitación y superación de los agentes de protección y seguridad.
3. Introducción de nuevos servicios con tecnologías de avanzada como cámaras de seguridad, y alarmas.

5. **Método SERQUAL:** se evalúan las siguientes dimensiones:

Estos son los criterios o atributos que utilizan los clientes para mejorar la satisfacción de los Servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo. Además los clientes externos conceden mayor importancia a unos criterios que a otros.

De acuerdo con el método SERVQUAL, la importancia relativa que los clientes conceden a estos criterios, en una escala de 100, es:

1. Fiabilidad 64 %
2. Capacidad de respuesta 48%
3. Seguridad 52%
4. Empatía 32%
5. Elementos tangibles 32%

De tal modo, la encuesta fueron aplicadas a los respectivos clientes externos, y los resultados obtenidos se realizaron un análisis para determinar el nivel de calidad del servicio de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo y el grado de satisfacción de los clientes midiendo las brechas entre las percepciones y las expectativas del servicio. Las percepciones fueron medidas a través de la encuesta, y las expectativas para esta investigación se tomarán como ideales, es decir, se le asignará la máxima puntuación a las 5 dimensiones dentro de las que se encontraron:

1. Dimensión Fiabilidad.

La dimensión Fiabilidad evalúa la habilidad de prestar el servicio prometido en forma precisa; tiempo que se le ofrece la atención al reclamo de los clientes, desempeño de nuestros servicios, por parte del personal de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, problemas y preocupaciones de los clientes (Ver Anexo 2.1) Gráfico 1, presentando el valor de la brecha al 62 % en la afirmación relacionada con el tiempo se le ofrece la atención al reclamo por la prestación del servicio técnico, los clientes respondieron de inmediato (afirmación 15), presentando el valor de la brecha al 37 % en la afirmación relacionada con el tiempo se le ofrece la atención al reclamo por la prestación del servicio técnico otros clientes respondieron en un plazo no menor de 72 horas (afirmación 25).

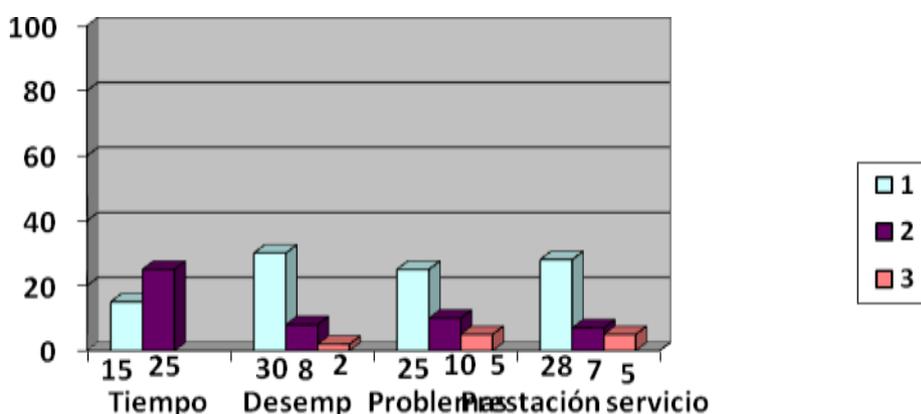
Presentando el valor de la brecha al 70 % en la afirmación relacionada con el desempeño de nuestros servicios por parte del personal de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, los clientes respondieron que no poseían ninguna cualidad (afirmación 28) presentando el valor de la brecha al 18 % en la afirmación relacionada con el desempeño de nuestros servicios por parte del personal de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, otros clientes respondieron que tenían algunas cualidades (afirmación 7) presentando el valor de la brecha al 13 % en la afirmación relacionada con el desempeño de nuestros servicios por parte del personal de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, los clientes respondieron que poseían cualidad (afirmación 5).

Presentando el valor de la brecha al 62 % en la afirmación relacionada con los problemas y preocupaciones de los clientes (afirmación 25), presentando el valor de la brecha al 25 % respondieron los clientes que nunca se han resuelto los problemas y las preocupaciones (afirmación 10) y presentando el valor de la brecha al 13 % por parte de los clientes externos respondieron que si se solucionan las preocupaciones y problemas de los clientes que acuden a la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo (afirmación 5) por lo que, se demuestra según los datos de la investigación que los trabajadores tienen que seguir trabajando para solucionar los problemas desde el punto de vista de las insuficiencias que presenta la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo en cuanto a la satisfacción de los clientes.

Presentando el valor de la brecha al 70 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que la calidad de la prestación del servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de deficiente

(afirmación 28) presentando el valor de la brecha al 18 % en la afirmación relacionada otros clientes plantearon que la calidad de la prestación del servicio por parte de la Agencia Este, valoradas de aceptables (afirmación 7) presentando el valor de la brecha al 13 % en la afirmación relacionada los clientes plantearon que la calidad de la prestación del servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, son valoradas de buena (afirmación 5). Los clientes se encuentran insatisfechos en esta dimensión con respecto a la prestación del servicio, son valoradas de deficientes, demostrando los datos de la investigación que la Agencia Este tiene que seguir trabajando en cuanto a la dimensión de la factibilidad.

Gráfico 1 Dimensión fiabilidad



2. Dimensión Capacidad De Respuesta.

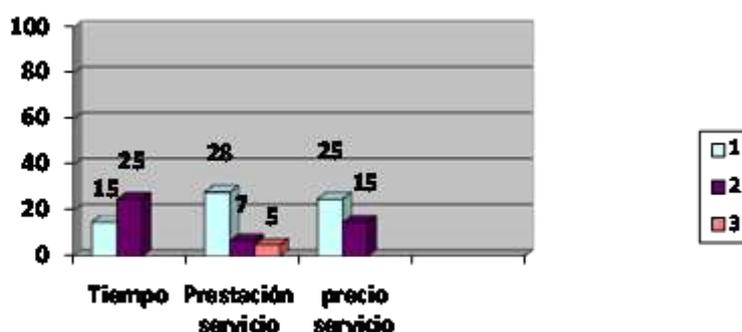
En la dimensión de capacidad de respuesta se evalúa el tiempo que se le ofrece la atención al reclamo de los clientes, calidad de la prestación del servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, y el precio con el servicio recibido por la Agencia Este a los clientes, presentando el valor de la brecha al 62 % en la afirmación relacionada con el tiempo se le ofrece la atención al reclamo por la prestación del servicio técnico, los clientes respondieron de inmediato (afirmación 15), presentando el valor de la brecha al 37 % en la afirmación relacionada con el tiempo se le ofrece la atención al reclamo por la prestación del servicio técnico, otros clientes respondieron en un plazo no menor de 72 horas (afirmación 25).

Presentando el valor de la brecha al 70 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que la calidad de la prestación del servicio, por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de deficiente (afirmación 28), presentando el valor de la brecha al 18 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que la calidad de la prestación del servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de aceptables (afirmación 7), presentando el valor de la brecha al 13 % en la afirmación relacionada con los clientes plantean que la calidad de la prestación del

servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de buena (afirmación 5). Los trabajadores tienen que mejorar la satisfacción a los clientes según los datos los clientes la valoran de deficientes la calidad de la prestación de los servicios.

Presentando el valor de la brecha al 37 % en la afirmación relacionada con los clientes respondieron que no se corresponde el precio con el servicio recibido por la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo (afirmación 25), presentando el valor de la brecha al 62 % en la afirmación relacionada con los clientes respondieron que están de acuerdo con el precio con el servicio recibido por la Agencia Este (afirmación 15).

Gráfico 2 Dimensión Capacidad De Respuesta

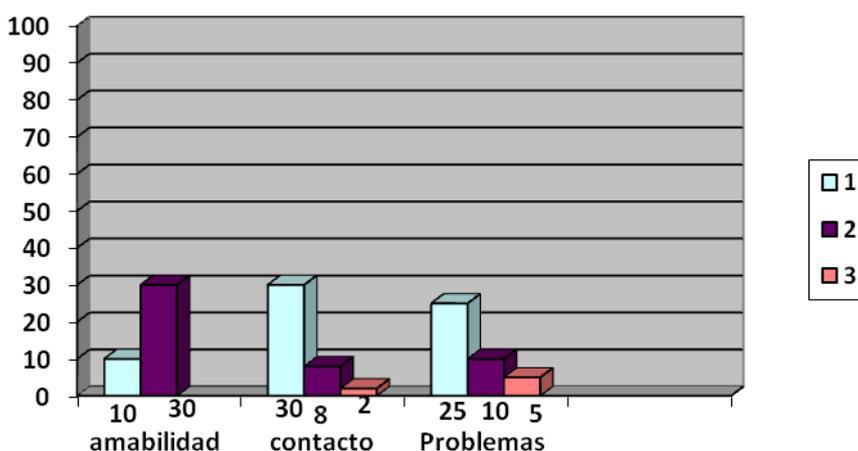


3. Dimensión Seguridad

La dimensión de seguridad determina la satisfacción de los clientes externos, en cuanto al conocimiento y cortesía de los trabajadores, así como su habilidad para transmitir confianza, presentando el valor de la brecha al 75% de todas las dimensiones en la afirmación relacionada a la amabilidad y trato de los trabajadores hacia los clientes externos (afirmación 30), lo que indica que los trabajadores de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, solo en ocasiones o nunca muestran amabilidad en el trato con los clientes. Presentando el valor de la brecha al 25 % en la afirmación relacionada a la amabilidad y trato de los trabajadores hacia los clientes externos (afirmación 10) tratados amablemente cuando solicitan un servicio, por lo que, se demuestra según los datos que se le aplico a los clientes que los trabajadores de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, tienen que seguir trabajando para buen trato con los clientes que solicitan los servicios. Presentando el valor de la brecha al 62 % en la afirmación relacionada con los problemas y preocupaciones de los clientes (afirmación 25), presentando el valor de la brecha 25 % los clientes respondieron que nunca se han resuelto los problemas y

las preocupaciones con los clientes (afirmación 10) , presentando el valor de la brecha al 13 % otros clientes externos plantearon que si se solucionan las preocupaciones y problemas de los clientes que acuden a la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo (afirmación 5) por lo que, se demuestra según los datos de la investigación que los trabajadores tienen que seguir trabajando para solucionar los problemas desde el punto de vista de las insuficiencias que presenta la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo.

Presentando el valor de la brecha al 75 % en la afirmación relacionada de como los clientes pueden contactarnos y comunicarse con la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo (afirmación 30) los clientes respondieron que sí, presentando el valor de la brecha 20 % otros clientes respondieron que no, con una (afirmación 8), presentando el valor de la brecha 5 % dos de los clientes manifestaron que no se han podido comunicar o contactar (afirmación 2). Gráfico 3 Dimensión Seguridad



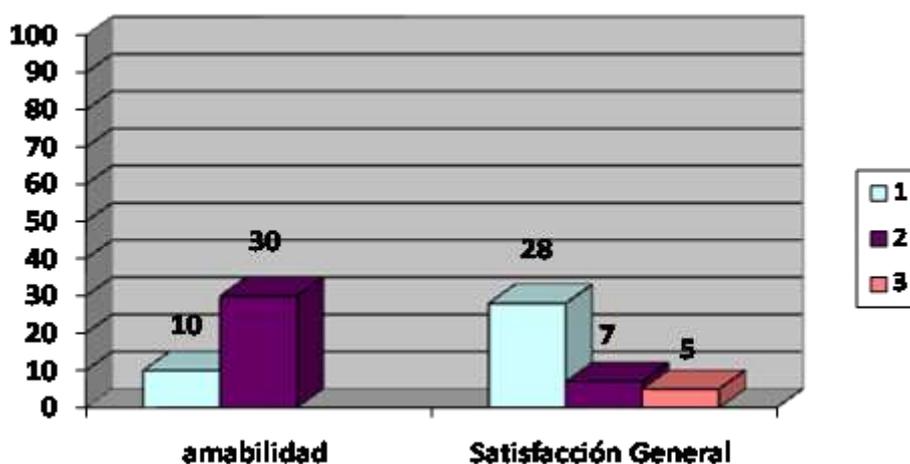
4. Dimensión Empatía.

La dimensión Empatía la atención individualizada al cliente externo, las afirmaciones enumeradas a continuación fueron elaboradas para conocer este aspecto, presentando el valor de la brecha al 75% de todas las dimensiones en la afirmación relacionada a la amabilidad y trato de los trabajadores hacia los clientes externos (afirmación 30), los clientes respondieron que los trabajadores de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, solo en ocasiones o nunca muestran amabilidad en el trato con los clientes, presentando el valor de la brecha al 25 % en la afirmación relacionada a la amabilidad y trato de los empleados hacia los clientes externos (afirmación 10) , otros clientes respondieron que son tratados amablemente cuando solicitan un servicio, por lo que, se demuestra según los datos que se le aplico a los clientes que los trabajadores de la Agencia Este , tienen que seguir trabajando para buen trato con los clientes que solicitan los servicios.

En la dimensión de empatía la brecha al 70 % en la afirmación relacionada con los clientes plantean que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la

Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de deficiente (afirmación 28) presentando el valor de la brecha al 18 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de aceptables (afirmación 7), presentando el valor de la brecha al 13 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de buena (afirmación 5), demostrando los datos recogidos por la encuestas a los clientes que la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, debe mejorar en cuanto a la prestación de los servicios al clientes y a la satisfacción de los mismos en cuanto al servicio solicitado.

Gráfico 4 Dimensión Empatía



5. Dimensión

n Elementos Tangibles

En esta dimensión se verifica la satisfacción de los clientes externos con relación a las expectativas, grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo.

La brecha más alta de la dimensión de elementos tangibles es de 70% la cual se refleja en el análisis de los instrumentos que presenta la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, a sus clientes (afirmación 30), tales como declaran que no cumple las expectativas sobre los servicios. Presentando 25 % la afirmación relacionada con los clientes, respondieron declaran que si cumple las expectativas sobre nuestros servicios (afirmación 10).

Presentando el valor de la brecha al 70 % en la afirmación relacionada con los clientes plantean que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la

Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de deficiente (afirmación 28) presentando el valor de la brecha al 18 % en la afirmación relacionada con los clientes plantean que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de aceptables (afirmación 7), presentando el valor de la brecha al 13 % en la afirmación relacionada con los clientes plantearon que el grado de satisfacción general con el servicio por parte de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, valoradas de buena (afirmación 5), demostrando los datos recogidos por la encuestas a los clientes que la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, debe mejorar en cuanto a la prestación de los servicios al clientes y a la satisfacción de los mismos en cuanto al servicio solicitado.

Análisis de las cinco dimensiones de SERVQUAL

Las 5 dimensiones que conforman el Modelo SERVQUAL de la Agencia Este de la Empresa Provincial de Seguridad y Protección distribuidas de mayor a menor porcentaje de satisfacción, en el servicio a los clientes externos.

La brecha más alta con un valor de 64 % se presenta en la dimensión de fiabilidad. La menor brecha de 32 % se presenta en la dimensión de Empatía y Elementos Tangibles de 32 %. Las dimensiones de Seguridad tiene una brecha de 52 % y la otra dimensión Capacidad de Respuestas tiene una brecha 48 % presentan brechas por encima del 20 % lo que se considera como "Regular" para este estudio de satisfacción de los clientes.

Para realizar las gráficas de las diferentes dimensiones de SERVQUAL, los datos de las brechas serán ordenadas en forma descendente, logrando con esto identificar en que pregunta se encuentra la mayor insatisfacción para los clientes, en lo que se refiere al servicio.

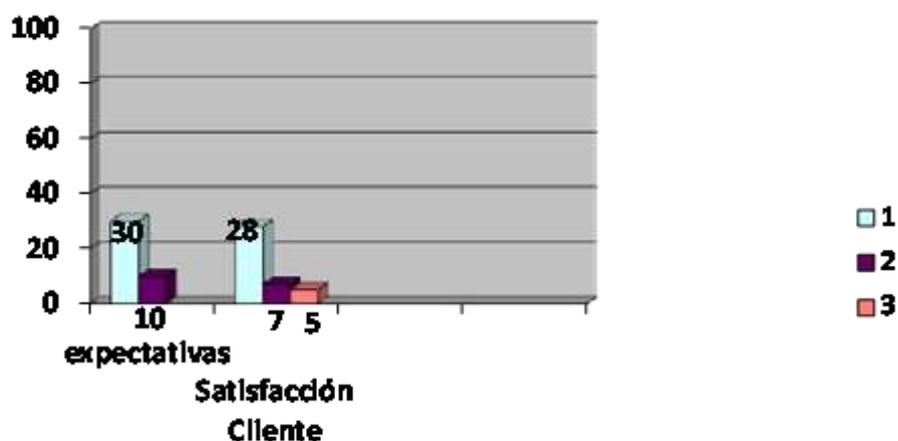


Gráfico 5 Dimensión Elementos Tangibles

CONCLUSIONES

La propuesta del estudio de marketing como una necesidad para evaluar la satisfacción del cliente en la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, siguió los procedimientos metodológicos necesarios, por lo que constituye un valioso instrumento a utilizar en diferentes instituciones, entidades y organismos de seguridad y protección de la provincia.

El diagnóstico del estado actual que presentó la satisfacción de los clientes hacia los servicios prestados por la Agencia Este de la Empresa provincial de Seguridad y Protección Guantánamo, se realizó a través de la aplicación de un estudio de marketing mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación de los niveles teórico y empírico, lo que permitió conocer aún más la realidad que presentaba la Agencia Este en cuanto a los servicios prestados a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Autores, C. (2015). *La Satisfacción del cliente*. México: Mac Graw Hill.

Colectivo, A. (2006). *Dirección de Marketing*. Habana: Félix Varela.

Kotler, P. A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Education.

Lovelock, C. W. (2010). *Services Marketing*. México: Prentice Hall.

Mac Carthy, J. (1981). *Basic Marketing: a management approached*. Homewood, Ill. Richard D. Irwing.

Muller de La Lama, E. (2003). *Cultura de calidad de Servicios*. México: Trillas.

Payne, A. (s.f.). *La esencia de la mercadotecnia de servicios*. Obtenido de www.cinf.tel.etecsa.cu.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, Valerie and BERRY, Leonard. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol. 64: 12-40, 1988.

Thomson, I. (2006). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de *promonegocios.net*: . Obtenido de www.promonegocios.net: www.promonegocios.net.htm

Zeithaml V.A., P. A. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Diaz de Santos.

Zeithaml, V. A. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mac Graw-Hill.