

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“CALIDAD DE SERVICIO A USUARIOS LIBRES EN EL ÁREA DE CENTRO DE CONTROL DE LA EMPRESA ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C.”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER

HURTADO COLLANTE, LUZMILA

ASESOR

CÁRDENAS CARRIÓN, NATALY

Villa El Salvador

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por guiarme y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres por ser mi fuerza y motivación diaria, a mis tres hermanas por su compañía y apoyo en cada momento de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a Dios por darme la oportunidad de vida, a mis padres y a mis tres hermanas por su compañía y amor incondicional.

A la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur por realizar el segundo Programa de Titulación con la Modalidad de Suficiencia Profesional el cual me da la oportunidad de obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas.

A los Profesores de la facultad de Ingeniería y Gestión de la escuela profesional de Administración de Empresas por sus enseñanzas a lo largo de toda mi etapa universitaria, a mi asesora Mg Nataly Cárdenas Carrión por su dirección, apoyo y dedicación; así como a todos los involucrados que hicieron posible la realización del presente trabajo de suficiencia profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	3
1.2. Justificación de la Investigación.....	7
1.3. Delimitación del Proyecto	7
1.3.1.-Teórica.....	7
1.3.2.-Temporal.....	8
1.3.3.-Espacial	8
1.4. Formulación del Problema.....	8
1.4.1.-Problema General.....	8
1.4.2.-Problemas Específicos	8
1.5. Objetivos.....	9
1.5.1. Objetivo General	9
1.5.2. Objetivos Específicos.....	9
CAPÍTULO II	10

MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.1.1 Internacional	10
2.1.2 Nacionales	11
2.2. Bases Teóricas.....	12
2.2.1. Calidad.....	12
2.2.2. Servicio	13
2.2.3. Calidad de Servicio	14
2.2.4 Modelo SERVQUAL.....	18
2.2.5. Dimensiones de la calidad de servicio	19
2.3 Definición de términos básicos	21
2.4 Aspectos Metodológicos.....	22
2.4.1 Tipo de Investigación	22
2.4.2 Nivel de Investigación	23
2.4.3 Diseño de Investigación	23
2.4.4 Población y muestra.....	23
2.4.5 Técnicas e Instrumento de investigación	24
2.4.6 Operacionalización de variables	24
CAPÍTULO III	26
DESARROLLO DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL	26
3.1. Resultados.....	32
3.1.1 Dimensión: Fiabilidad.....	32
3.1.2 Dimensión: Capacidad de respuesta	37
3.1.3 Dimensión: Empatía.....	41
3.1.4 Dimensión: Satisfacción.....	46

3.2. Discusión	56
3.3 Modelo de solución propuesto.....	57
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la empresa.....	27
Figura 2: Consolidado de fiabilidad	32
Figura 3: Información confiable	34
Figura 4: Cumplimiento de promesa	35
Figura 5: Servicio Oportuno	36
Figura 6: Consolidado de capacidad de respuesta	37
Figura 7: Disposición en la atención	38
Figura 8: Rapidez del servicio	39
Figura 9: Seguimiento a las atenciones	40
Figura 10: Consolidado de empatía	42
Figura 11: Grado de confianza.....	43
Figura 12: Trato al usuario libre	44
Figura 13: Interés y preocupación por el cliente.....	45
Figura 14: Consolidado de satisfacción	46
Figura 15: Satisfacción.....	47
Figura 16: Percepción del servicio	49
Figura 17: Experiencia	50
Figura 18: Actitud del operador.....	51
Figura 19: Expectativa en la atención	52
Figura 20: Renovación de contratos	54
Figura 21: Recomendación de usuarios.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la variable calidad de servicio	25
Tabla 2: Cuadro Resumen de Resultado	30
Tabla 3: Fiabilidad.....	32
Tabla 4: Consolidado de fiabilidad	32
Tabla 5: Información confiable	33
Tabla 6: Cumplimiento de promesa	34
Tabla 7: Servicio Oportuno	35
Tabla 8: Capacidad de respuesta	37
Tabla 9: Consolidado de capacidad de respuesta	37
Tabla 10: Disposición en la atención.....	38
Tabla 11: Rapidez del servicio	39
Tabla 12: Seguimiento a las atenciones	40
Tabla 13: Empatía.....	41
Tabla 14: Consolidado de empatía	41
Tabla 15: Grado de confianza.....	42
Tabla 16: Trato al usuario libre.....	43
Tabla 17: Interés y preocupación por el cliente.....	44
Tabla 18: Satisfacción de usuarios libres.....	46
Tabla 19: Consolidado de satisfacción.....	46
Tabla 20: Satisfacción.....	47
Tabla 21: Percepción del servicio	48
Tabla 22: Experiencia	50
Tabla 23: Actitud del operador	51
Tabla 24: Expectativa en la atención	52
Tabla 25: Renovación de contratos.....	53
Tabla 26: Recomendación de usuarios.....	55
Tabla 27: Cronograma de capacitación	60
Tabla 28: Actividades del operador en un escenario de ERAC	61
Tabla 29: Actividades del operador en un escenario de RMC	62

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo lleva como título “Calidad del servicio a usuarios libres en el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.”

Eléctrica Santa Rosa S.A.C., es una empresa generadora de energía eléctrica la cual es materia de estudio para el trabajo, tiene como objetivo general describir la situación actual de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

En el presente trabajo se estudió la variable calidad del servicio. Parasumaran (1999), define la calidad de servicio como la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones. Para desarrollar dicha variable se identificó cuatro dimensiones: la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía gracias a las teorías de Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) y la dimensión satisfacción con el apoyo de la teoría de Kotler & Keller, (2012). Se realizaron encuestas a 136 usuarios libres, dicha cantidad calculado con la fórmula para el tamaño de población finita.

Como principales resultados, obtenidos a través de la investigación, se encontró que los operadores del centro de control brindan información inexacta e incompleta, existe demora en la atención; asimismo, existe falta de interés hacia los usuarios libres e incumplimiento de promesas.

Se determinó que existe insatisfacción de los usuarios libres respecto al servicio que reciben por los operadores del centro de control. Por ende, se deduce que las expectativas de los usuarios no superan las percepciones, de esa manera gracias a los estudios realizados, se puede afirmar que no existe calidad en el servicio.

Es por ese motivo que se planteó algunas alternativas de mejora como un programa de capacitación donde se tocará los puntos débiles, se reforzará los déficits encontrados en el área para mejorar la calidad del servicio y de esa forma lograr

cumplir las metas como empresa, disminuir perdidas de usuarios libres y mejorar la percepción que tienen los clientes de Eléctrica Santa Rosa, a fin obtener buenas referencias para seguir incrementando la cartera de clientes, recursos y ganancias

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

La energía eléctrica ha cumplido un papel importante en el desarrollo de la humanidad, ya que han sido pilares de la infraestructura industrial y muy importante en el proceso de desarrollo social y económico de las naciones, facilitando la introducción de servicios esenciales como la salud, la educación, comunicación y el entretenimiento mediante la construcción de miles de kilómetros de líneas de transmisión y distribución.

La energía hidroeléctrica es la principal fuente renovable, ya que en estos últimos años han generado más electricidad que el resto de las fuentes renovables. Por ello se puede decir que el potencial de desarrollo de esta tecnología es enorme, especialmente en África, Asia y América Latina.

China, es hoy el mayor productor mundial de energía hidroeléctrica, seguido por Brasil, Canadá, Estados Unidos y Rusia, estos son países que cuentan con las principales centrales hidroeléctricas del mundo.

Unas de las más principales son la central hidroeléctrica de china llamada Las Tres Gargantas que tiene una potencia instalada de 22,500MW, le sigue la central hidroeléctrica de Itaipú con una potencia instalada de 14,000MW situada en Paraguay-Brasil, posteriormente se tiene la central hidroeléctrica Xiluodu ubicada en China también con una potencia instalada de 13,860MW, así como la central hidroeléctrica Grand Coulee ubicada en Estados Unidos con una potencia instalada de 6,809MW y en Rusia se encuentra la central hidroeléctrica Sayano-Shushenskaya con una potencia instalada 6,400MW, entre otras.

En el Perú tenemos al Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN), el cual se encuentra conformado por todas las líneas eléctricas conectadas entre sí, que

permite la transferencia de energía entre los diversos sistemas de generación hasta el consumidor final.

Entre las empresas generadoras de energía eléctrica tenemos a Electro Perú con su central hidroeléctrica Santiago Antúnez de Mayolo teniendo una potencia instalada de 678.714 MW y la central Hidroeléctrica de Restitución con una potencia instalada de 219.436 MW, la empresa generadora Huallaga con su central hidroeléctrica Chaglla con una potencia instalada de 456MW, también tiene a la central hidroeléctrica Cheves con una potencia instalada de 176.345 MW; la empresa generadora Enel Generación Perú S.A.A tiene la central hidroeléctrica de Matucana con una potencia instalada de 137.021 MW, la central hidroeléctrica de Moyopampa de 69.148 MW, la empresa generadora Orazul Energy Perú tiene a la central hidroeléctrica Cañón del pato con una potencia instalada de 265.565 MW, también tiene la central hidroeléctrica llamada Carhuaquero con una potencia instalada de 94.532 MW; la empresa generadora Kallpa Generación cuenta con la central hidroeléctrica Cerro del Águila con una potencia instalada de 545.090 MW, entre otras generadoras eléctricas que se encuentran en Perú.

Eléctrica Santa Rosa S.A.C. es una empresa peruana generadora de energía, que lleva más de 20 años en el mercado del sector eléctrico. Entre las centrales hidroeléctricas que operan tenemos a la central hidroeléctrica Runatullo II y Runatullo III ambas con una potencia instalada de 40 MW ubicadas en el departamento de Junín, la central hidroeléctrica de Santa Cruz I y Santa Cruz II con una potencia instalada de 14.3 MW entre las dos, ubicadas en el departamento de Ancash en el distrito de Caraz, la central hidroeléctrica de Huasahuasi I y Huasahuasi II en Tarma-Junín con 20 MW de potencia instalada, entre otras.

La oficina central está ubicada en el distrito de San Isidro, departamento de Lima donde se encuentra el área del centro de control que presta una atención de 24 horas para el monitoreo de las centrales hidroeléctricas a tiempo real, también el servicio de atención a los usuarios libres vía correo electrónico y por medio de

comunicación telefónica las 24 horas y los 365 días del año por cualquier consulta sobre el suministro eléctrico.

El área cuenta con dos teléfonos fijos y un celular para la recepción de las llamadas, coordinaciones con otras áreas, devolución de llamadas, entre otras. También con una computadora vinculada a dos pantallas adicionales, a fin de realizar una mejor visualización y una buena distribución del espacio ya que trabaja con 3 pantallas. Asimismo, un cuaderno de apuntes, una impresora que está en óptimas condiciones y materiales de escritorio.

La empresa desde su nacimiento se dedicaba a la generación de energía eléctrica, pero a partir del año 2017 tomaron la decisión de generar y comercializar la energía que producen, ya que de acuerdo a la Norma técnica de calidad servicios eléctricos permite a las empresas generadoras de energía comercializar a clientes que consumen más de 200 kW, llamados usuarios libres entre ellos fundos, fábricas, minas, plantas de producción, etc.

Una empresa distribuidora de energía eléctrica llámese Luz del Sur, Enel, Hidrandina, Ensa, entre otras; no puede competir en precio de energía con una generadora eléctrica, ya que esta vende la energía que produce a un costo menor. Por eso varios clientes que eran suministrados por empresas distribuidoras a nivel nacional entre la costa y la sierra ahora, son clientes de Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

Inicialmente no se tenían muchas quejas y/o reclamos en el área del centro de control, ya que al tener pocos clientes se le brindaba una buena atención a cada usuario. Sin embargo, en la actualidad se tiene más de 200 usuarios libres generando mayor cantidad de consultas, coordinaciones, llamadas, etc. obteniendo como resultado clientes descontentos, desconfiados por no brindarle información confiable y por incumplimiento de fechas ante los clientes.

Por otro lado, hay clientes inseguros por la poca capacidad de respuesta que tienen los operadores del centro de control y la falta de seguimiento a los requerimientos y/o consultas hasta finalizar la atención de los clientes.

Así mismo, se ha observado operadores desvinculados con los clientes, por la falta de interés para resolver los requerimientos y/o consultas. Ocasionando, la disminución de relación entre cliente y empresa. Situación que al no ser mejorada seguirá generando insatisfacción en los usuarios libres, ocasionando pérdidas de contratos y ganancias.

Finalmente, la empresa se ha enfocado en captar clientes y se ha dejado de lado el nivel de conformidad y satisfacción de los usuarios con el servicio que se les brinda, lo cual es importante y fundamental para que sigan renovando sus contratos con Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

De esta manera surge la necesidad de proponer mejoras en el área del centro de control, ya que es ahí donde recae la comunicación vía telefónica o por correo electrónico con los usuarios libres para cualquier tipo de consulta sobre su suministro eléctrico.

Como pronóstico se puede vislumbrar ingentes pérdidas de clientes que imposibiliten el logro de las metas empresariales consignadas en sus Planes estratégico de desarrollo, lo cual es perjudicial, no solamente para la empresa sino en general para todos los grupos de interés, incluyendo a los propietarios, trabajadores, usuarios, proveedores, Comunidad y Estado.

Frente a esta situación, es necesario tomar medidas de contingencia, debiendo profundizar la investigación hasta llegar a un diagnóstico de la situación y proponer alternativas de solución para el mediano y/o largo plazo objeto de la presente investigación.

1.2. Justificación de la Investigación

Este trabajo de suficiencia se justifica por la importancia que tienen los clientes dentro de una organización con respecto a la atención que reciben por cualquier servicio y/o producto buscando siempre calidad. Según Ishikawa (2008) la calidad “es un juicio de valor relativo que un cliente le da a un producto o un servicio, con base en la capacidad de este para satisfacer sus necesidades”.

Es por ello que el presente trabajo se desarrolló en el área del centro de control de la Empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C., debido a que se identificó deficiencias en la calidad del servicio, ya que los operadores muestran falta de interés hacia los usuarios libres, brindando información incompleta e inexacta. También existe demora en la atención y falta de conocimiento técnico para lograr una comunicación con fluidez, a veces realizando promesas que no se llegan a cumplir. Esto genera que los clientes estén insatisfechos con la calidad del servicio que reciben por parte de la empresa.

Tal es así, que este trabajo busca mejorar dichas deficiencias proponiendo como una alternativa de solución un programa de capacitación a los operadores del centro de control, cuyo resultado para el cliente generará satisfacción, lealtad y vínculo duradero. A fin de seguir logrando las metas anuales, evitar pérdidas de clientes y lograr que los usuarios libres se encuentren satisfechos y quieran renovar contrato con Eléctrica Santa Rosa, así como dar buenas referencias para seguir aumentando la cartera de clientes.

1.3. Delimitación del Proyecto

1.3.1.-Teórica

El presente trabajo de suficiencia profesional está sustentado en las teorías de Zeithaml, Parasuraman, & Berry, (1992); Kotler, P. y K. Keller (2007), además de conceptos de otros autores que argumentan en el marco teórico, ya que gracias a ellos

se logró ampliar nuestro conocimiento sobre el tema de investigación, para realizar una propuesta de mejora coherente y eficaz.

1.3.2.-Temporal

El desarrollo del presente trabajo fue llevado a cabo entre los meses de enero y abril del presente año.

1.3.3.-Espacial

El trabajo de suficiencia profesional se ha realizado en las oficinas de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. ubicada en el departamento de Lima, distrito San Isidro en Av. Pardo y Aliaga 675 Piso 3. (Oficina principal).

1.4. Formulación del Problema

1.4.1.-Problema General

PG: ¿Cómo es la situación actual de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a los usuarios libres?

1.4.2.-Problemas Específicos

PE1: ¿Cómo es la fiabilidad de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a los usuarios libres?

PE2: ¿Cómo es la capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a los usuarios libres?

PE4: ¿Cómo es la empatía de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a los usuarios libres?

PE5: ¿Cómo es la satisfacción en la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a los usuarios libres?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

OG: Describir la situación actual de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

1.5.2. Objetivos Específicos

OG1: Describir la fiabilidad de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

OG2: Describir la capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

OG3: Describir la empatía de la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

OG4: Describir la satisfacción en la calidad de servicio que brinda el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C a los usuarios libres.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para esta sección se han considerado referencias tanto nacionales como internacionales con el objetivo de tener un mejor enfoque en el estudio de las variables. Los antecedentes se presentan a continuación:

2.1.1 Internacional

Chiluisa Jenny (2015), con el trabajo de tesis denominado la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la ciudad de Latacunga-Ecuador, con la finalidad de obtener el título de Ingeniería en Marketing y gestión de negocios; tiene como objetivo determinar si la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la ciudad de Latacunga; llegando a la conclusión que es importante una buena calidad en el servicio ya que influye en la satisfacción que el cliente busca obtener. Asimismo, los clientes consideran que los valores corporativos no son percibidos en el personal de la empresa, lo cual genera una cultura organizacional negativa acerca de la imagen de la empresa. Según la percepción de los clientes la escasa publicidad con la que cuenta la empresa es un aspecto negativo ya que muchas personas conocen los servicios que ofrece la empresa. De igual forma los clientes de la empresa Yambo Tours se quejan del servicio prestado ya que los empleados no les brindan la información adecuada con respecto a las inquietudes que ellos tienen, por último, conociendo las necesidades de los clientes de la empresa se establece estrategias de servicio con el propósito de mejorar la calidad del servicio de Yambo Tours C.A.

Reyes Sonia (2014), con el trabajo de tesis denominada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango”, con la finalidad de obtener el Título de Administradora de Empresas,

Huehuetenango-Guatemala; tiene como objetivo Verificar si la calidad de servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación Share, sede Huehuetenango concluyendo que la calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, concluyendo también que es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: instalaciones 79%, limpieza general 75 %, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60 %, mientras que hay insatisfacción en el parqueo con el 77%.

2.1.2 Nacionales

Quispe Adolfo (2018), con el trabajo de tesis denominado Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Patpal-FBB, San Miguel, 2018 en Lima-Perú, con la finalidad de obtener el Título profesional de Licenciado en Administración; tiene como objetivo determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del PATPAL-FBB del distrito de San Miguel, 2018; llegando a la conclusión que si existe una relación entre las variables de calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente del PATPAL-FBB distrito de San Miguel, 2018. Así también se concluye que si existe relación entre la calidad de servicios y las expectativas del cliente del PATPAL-FBB del distrito de San Miguel, 2018. Por último, se concluye que si existe relación entre calidad de servicios y el rendimiento percibido del cliente del PATPAL-FBB del distrito de San Miguel, 2018.

Davila Karen & Flores Meliza, (2017), con el trabajo de tesis denominado Evaluación de la calidad de servicios en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque, con la finalidad de optar el título de Licenciado en Administración de Empresas en Chiclayo-Perú; tiene como objetivo Evaluar la calidad de servicio del Restaurante Turístico El Cántaro – Lambayeque; teniendo como conclusión que la aplicación de la encuesta con el modelo SERVPERF permitió identificar la diferentes percepciones que tienen los clientes cuando reciben el servicio en el restaurante turístico “El Cántaro” de Lambaueque. Asimismo, se resalta que el restaurante cuenta con una buena infraestructura, pero al parecer según los resultados de las encuestas los clientes esperan ver en sus instalaciones, una mejor tecnología en sus equipos,

muebles y comodidad en el espacio. Por otro lado, se obtuvo que los clientes aseguran que el restaurante “El Cántaro” de Lambayeque es una empresa que brinda seguridad, amabilidad y confianza con sus colaboradores y clientes, siendo aquella empresa que prospera y que mayor importancia tiene el rubro de comidas tradicionales de Lambayeque según sus clientes; esta variable es una de las más fuertes del restaurante. Por último, se concluye que los clientes se sienten conformes del servicio brindado por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando que el servicio sea viable.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad

La calidad se ha tornado para las empresas y para las personas en algo imprescindible. Hoy en día es inimaginable que una empresa trabaje sin orientación a la calidad o que un cliente no tenga en cuenta la calidad de un servicio y/o producto que busca para satisfacer una necesidad. Incluso cuando en las organizaciones se habla de calidad, es usual encontrar las certificaciones ISO, pero también hay teorías que definen calidad como las que se muestran a continuación:

Ishikawa (2008) nos dice que la calidad “es un juicio de valor relativo que un cliente le da a un producto o un servicio, con base en la capacidad de este para satisfacer sus necesidades”. (p. 31)

Por otro lado, Deming (2008) determina que la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste”, por ello cualquier empresa puede obtener en doble de utilidades sin tener que construir otra fábrica, tan solo administrando correctamente y reduciendo las pérdidas denominadas costos de calidad. El autor determina que el principal objetivo de una organización es permanecer en el mercado, protege la inversión, ganar dinero y asegurar puestos de trabajo. (p. 36)

Así también Juran (2008) sostiene que “el 85% de los problemas de calidad son responsabilidad de la administración y no de los trabajadores porque los administradores no han llevado a sus trabajadores a un estado de autocontrol”. (p. 61)

Por su parte Feigenbaum (2008) creador del concepto control total de calidad, subraya que “la calidad no significa mejor, sino lo mejor para el cliente en servicio y precio”. (p. 66)

Por último, Crosby (1990) nos dice que “si nos centramos en asegurar la calidad, probablemente podamos aumentar nuestro beneficio en un 5 a un 10 por ciento de las ventas”. Quiere decir que la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. (p. 52)

De lo anteriormente señalado por los diferentes autores se asume entonces que calidad es fundamental en toda organización porque se ha mantenido en constante a lo largo del tiempo como una capacidad que tiene un bien y/o servicio de cumplir las expectativas de los clientes quienes lo utilizan.

2.2.2. Servicio

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra la otra parte. Es decir, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer, por eso se dice que un servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente.

Kotler & Armstrong (2008) manifiesta que el servicio “es una forma de producto que consiste en actividades, beneficios y satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles, ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo”. (p. 278)

Hoffman & Bateson (2010) La distinción entre bien y servicio no siempre es perfectamente clara. Un bien puro implicaría que los beneficios recibidos por el consumidor no contendrían ningún elemento proporcionado por el servicio. De la misma forma un servicio puro no tendrá elementos tangibles. Es por ello que sería difícil proporcionar un ejemplo de un bien o de un servicio puro. (p. 4)

2.2.3. Calidad de Servicio

La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. Por ello la calidad de servicio se traduce en un mayor o menor grado de satisfacción del cliente en función de las expectativas previamente generadas.

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

La calidad de cualquier servicio depende fundamentalmente, de lo bien que funcionen de forma integrada todos los elementos que intervienen en el proceso de prestación del servicio y de la capacidad que tengan estos elementos de satisfacer las expectativas de los clientes.

La clave del éxito para proporcionar servicios de calidad está, por tanto, en identificar perfectamente cuáles son las necesidades y las expectativas de los clientes. En la medida en que una empresa satisfaga esas expectativas, podrá asegurar su futuro, ya que, en una situación de libre competencia, son los clientes los que determinan qué empresas sobreviven y qué empresas deben desaparecer.

A continuación, conceptos y aportes de algunos autores:

Gronroos (1990) explica que “la calidad de un servicio es subjetiva, porque está directamente relacionada a lo que el cliente percibe”, es decir a la opinión que emite sobre la excelencia o superioridad del servicio recibido. El éxito del resultado del servicio brindado dependerá de la capacidad de la empresa para conocer y comprender las necesidades del cliente. (p. 67)

Según Parasuraman (1999) define la calidad de servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones”. (p. 210)

Mientras que Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) manifiestan que la calidad de servicio “es el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones, entre lo que espera y recibe”. (p. 25)

Basándonos en lo que dicen los autores podemos decir que la calidad del servicio percibida es subjetiva, es decir el cliente deberá realizar un juicio internamente. Es por ello que la calidad de servicio siempre lo va a definir el cliente, no los trabajadores, no los jefes, ni el gerente; solo aquel que adquiera un producto o servicio podrá analizar cuan satisfecho está en base a la calidad del servicio.

Mejoramiento de la calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) pioneros en la investigación académica sobre el servicio, ofrecen 10 lecciones que consideran esenciales para mejorar la calidad en todas las industrias de servicio.

Escuchar, los proveedores de servicios deben entender que desean en realidad los clientes, esto se logra mediante el aprendizaje continuo sobre las expectativas y percepciones de los clientes y de quienes no lo son (por ejemplo, mediante un sistema de información de servicio y calidad).

Confiabilidad, La confiabilidad es la dimensión más importante de la calidad del servicio y debe ser prioridad.

Servicio básico, las empresas del servicio deben entregar lo fundamental y siempre mantener sus promesas, usar el sentido común, escuchar a los clientes, mantenerlos informados y estar determinados a ofrecerles valor.

Diseño del servicio, los proveedores de servicios deben asumir un punto de vista holístico del servicio mientras gestionan sus múltiples detalles.

Recuperación, para poder satisfacer a los clientes que encuentran un problema en el servicio, las empresas deben alentarlos a quejarse y facilitarles los medios para hacerlo, responderles con rapidez y desarrollar un sistema de resolución de problemas.

Sorprender a los clientes, aunque la confiabilidad es la dimensión más importante para satisfacer las expectativas de servicio de los clientes, otras dimensiones del proceso como la seguridad, la capacidad de respuestas y la empatía son las más relevantes para excederlas. Para ello, debe sorprenderse a los clientes con rapidez, amabilidad, cortesía, competencia, compromiso y comprensión.

Juego limpio, las empresas de servicios deben hacer un esfuerzo especial por ser justas y demostrarlos a sus clientes y empleados.

Trabajo en equipo, el trabajo en equipo es lo que permite a las grandes organizaciones entregar el servicio con cuidado y atentamente al mejorar de la motivación de los empleados y sus capacidades.

Investigación con los empleados, los especialistas en marketing deben llevar a cabo investigaciones entre los colaboradores para averiguar por qué suceden los problemas con el servicio y qué deben hacer las empresas para resolverlos.

Liderazgo de servicio, la calidad del servicio se deriva del liderazgo inspirado en toda la organización, de la excelencia en el diseño del sistema de servicio, del uso eficaz de la información y la tecnología y de esa fuerza interna de lenta transformación, invisible y todopoderosa a la que denominamos cultura corporativa.

Estrategias para lograr un servicio de calidad

La necesidad de los gerentes de alcanzar el objetivo de la organización produce la consecuente urgencia de crear estrategias.

Las estrategias principales para lograr un servicio de calidad:

1. Investigar y entender las necesidades y expectativas de los clientes.

La información se obtiene mediante distintas formas de investigación, desde datos estadísticos y encuestas, hasta saber interpretar las quejas de los clientes.

2. Manejo sistemático de las relaciones con los clientes.

El cliente debe sentirse satisfecho a todos los niveles, incluso cuando efectúa quejas. Ha de hacerse todo lo posible para mantener contento al cliente eliminado todo elemento de insatisfacción. La organización debe hacer lo posible por subsanar las características negativas del servicio mediante los medios más adecuados, que, en determinados casos, están fijados por ley.

3. Motivar al personal de la organización.

Si hay motivación en los miembros de la organización, se esforzarán por mejorar sus resultados e integrarse en la organización. Este compromiso acercará al personal a los objetivos de la organización y por lo tanto la calidad del servicio mejorará.

4. Promover la iniciativa individual y la creatividad.

Cuando los miembros de la organización se implican y toman la iniciativa en su tarea se generan y transmiten nuevas y buenas ideas motivadas por el interés y

obtenidas mediante el análisis de los datos y la experiencia. La implicación, mejora el fluido de datos por la organización, La creatividad puede ser una herramienta interesante para innovar en calidad de servicio.

5. Incentivar la responsabilidad sobre los propios resultados.

Los miembros de la organización deben actuar por sí mismos. Tienen la obligación de cumplir con las necesidades y expectativas de su labor en un proceso. Tienen que ejercer el liderazgo en su tarea y poner todo lo que se pueda de su parte para que la tarea se realice con éxito y se consigna los resultados deseados.

6. Hacer sentir a los integrantes de la organización el deseo de participar y contribuir al proceso de mejora continua.

Los miembros de la organización no deben estar mentalizados sino sentir la necesidad de participar y contribuir a la mejora de la calidad. Para ello es conveniente que estén concienciados y motivados sobre la necesidad de participar en la gestión de la calidad. De este modo, el proceso de mejora continua se consigue por el propio dinamismo de la organización.

De todo lo mencionado se puede concluir que la calidad de servicio es esencial para cualquier empresa y en el presente trabajo nos apoyaremos con la teoría de los autores Zeithaml, Parasuraman y Berry. Así mismo se entiende que la satisfacción de un cliente es la conformidad de una experiencia después de haber recibido el servicio generando expectativas que nos sirven como materia de estudio mediante las encuestas.

2.2.4 Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL de calidad de servicios es un método de evaluación de factores claves para medir la calidad de los servicios prestados. Fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992), con el objetivo de mejorar la calidad de servicio ofrecido en una organización. Dicho modelo utiliza un cuestionario que evalúa

la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles.

Es así, para realizar este trabajo se aplicará una encuesta tomando en consideración tres dimensiones del presente modelo que fueron tomados por su importancia y su relación al objetivo de trabajo

2.2.5. Dimensiones de la calidad de servicio

En base a nuestro estudio y a la necesidad de la empresa se ha considerado evaluar a tres dimensiones del modelo SERVQUAL y como cuarta dimensión estudiaremos la satisfacción para saber cómo se encuentran las expectativas de los usuarios libres en la actualidad.

a) Fiabilidad

Para Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) “es la capacidad de poder llevar a cabo de manera confiable y precisa el servicio prometido”, es decir ejecutar el servicio prometido de forma cuidadosa.

Mientras que Idelfonso Grande (1996) determina la fiabilidad como “la capacidad de brindar un servicio de manera inequívoca, cabal, sólida; asimismo, representa efectuar un buen servicio desde el inicio”.

Por lo tanto, la fiabilidad está relacionada con la Información confiable, cumplimiento de servicio y Servicio oportuno.

b) Capacidad de respuesta

De acuerdo con Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) “es la disposición a ayudar a los clientes y entregarles un servicio ágil y rápido”.

Sin embargo, para Idelfonso Grande (1996) se refiere a “la disposición de desarrollar actividades de manera rápida, que responde a la exigencia de los usuarios a una atención oportuna sin demora”.

La capacidad de respuesta se encuentra relacionada con lo siguiente: Disposición, rapidez del servicio, seguimiento a las atenciones.

c) Empatía

Según Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1992) “es la disposición mostrada para atender a los clientes de manera cuidadosa e individual”, se refiere al nivel de atención individual que ofrecen las empresas a sus clientes.

Así como para Idelfonso Grande (1996) es “ponerse en los zapatos del otro”, es decir que el servidor deberá situarse en la condición del usuario para determinar su comodidad, saber qué es lo que siente, a fin de conocer a fondo sus necesidades y poder satisfacerlas.

Por lo tanto, está relacionada con lo siguiente: Confianza, buen trato e interés y preocupación por el cliente.

d) Satisfacción

De acuerdo con Kotler & Keller (2012) manifiesta que la satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o resultado contra las expectativas que se tenían. Si el resultado es más pobre que la expectativa, el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas, estará satisfecho. Si excede a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o complacido. (p. 128).

Pero por su parte Oliver (1989) argumenta que “la satisfacción de un cliente viene orientada por la impresión que éste experimenta después de una compra”.

Tiene que ver con lo siguiente: Satisfacción, Percepción del servicio, experiencia, actitudes a mejorar, expectativas en la atención y renovación

2.3 Definición de términos básicos

- **Central Hidroeléctrica**, es aquella en la que la energía potencial del agua almacenada en un embalse se transforma en la energía cinética necesaria para mover el rotor de un generador, y posteriormente transformarse en energía eléctrica.
- **COES**: Es el Comité de Operación Económica del Sistema, es el organismo que opera el sistema eléctrico peruano, administra el mercado eléctrico peruano y planifica la transmisión eléctrica del sistema con criterios de economía, calidad y seguridad.
- **Norma Técnica de Calidad de los Servicios Eléctricos (NTCSE)**, es la que regula los aspectos de calidad en el servicio eléctrico que deben cumplir las empresas eléctricas; estableciendo los niveles mínimos de calidad y las obligaciones de las empresas de electricidad.
- **Osinergmin**: es el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería, una institución pública encargada de regular y supervisar que las empresas del sector eléctrico, hidrocarburos y minero cumplan las disposiciones legales de las actividades que desarrollan.
- **Potencia Contratada**: Son los valores de potencia máximos que los Usuarios se comprometen en comprar a los Generadores y/o Distribuidores, según corresponda. Esta potencia puede tener características de fija y variable, además de variar entre Hora Fuera de Punta y Hora de Punta.
- **Rechazo Manual De Carga (Rmc)**: Desconexiones de carga dispuestas por el Coordinador o los CC de los Integrantes del Sistema, para preservar la estabilidad y seguridad del mismo en caso no tener disponible un esquema de rechazo automático de carga o éste haya sido insuficiente.

- **Esquema de Rechazo de Carga Automático Por Mínima Frecuencia (ERACMF):** Respuesta automática de desconexión de puntos de suministro preestablecidos por reducción súbita de frecuencia con el objeto de minimizar el riesgo de pérdida de unidades de generación y preservar tanto como sea posible la estabilidad y el suministro eléctrico.
- **SEIN:** es el Sistema eléctrico interconectado nacional que abastece al 85% de la población peruana conectada, existen también sistemas “aislados”, no enlazados al SEIN, que cubren el resto del país.
- **Sistema de utilización:** Es un conjunto de instalaciones destinadas en llevar energía eléctrica suministrada a cada usuario, desde el punto de entrega hasta los diversos artefactos eléctricos en los que se produzca su transformación en otras formas de energía.
- **Usuario:** es la persona natural o jurídica que ocupa un predio y está en posibilidad de hacer uso legal del suministro eléctrico correspondiente; es el responsable de cumplir con las obligaciones técnicas y/o económicas que se derivan de la utilización de la electricidad.
- **Usuarios Libres:** “son aquellos usuarios no sujetos a regulación de precios por la energía o potencia que consumen, y como Grandes Usuarios, a los usuarios libres con potencia contratada igual o mayor a 200KW”.

2.4 Aspectos Metodológicos

2.4.1 Tipo de Investigación

El presente estudio es aplicado porque se estudia al comportamiento del fenómeno social tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlo y medidas de solución.

2.4.2 Nivel de Investigación

El nivel de la investigación es descriptiva simple porque permite reunir los resultados de la observación, presentar los hechos tal como ocurren y eventos que caracterizan la realidad observada.

2.4.3 Diseño de Investigación

No experimental-transeccional

2.4.4 Población y muestra

a) Población

La población fue constituida por 210 usuarios libres de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

b) Muestra

Para determinar la muestra se procedió a aplicar la fórmula de población finita

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

Z= nivel de confianza

N= Universo o población

E= error de estimación

N=tamaño de la muestra

p=Probabilidad de ocurrencia

q=Probabilidad de no ocurrencia

Para el presente estudio se manejaron los siguientes datos:

N=?	N=210	e=0.5
Z=1.96	p=0.5	q=0.5
	n= 136	

2.4.5 Técnicas e Instrumento de investigación

a) Técnicas

- Observación
- Encuesta

b) Instrumento

- Cuestionario

2.4.6 Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de la variable calidad de servicio

Titulo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Definición	Indicadores
"Calidad de servicio a usuarios libres en el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C."	Calidad de servicio	La calidad del servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades	La variable calidad de servicio será estudiada a través de dos encuestas, la primera apoyada en el modelo SERVQUAL usando tres dimensiones de ellas y la segunda encuesta para percibir la satisfacción actual de los usuarios libres y tener certeza que la propuesta mejore los resultados. Ambas encuestas están destinadas a una muestra de (136) usuarios libres que se extrajo de una población de 210 usuarios.	- Fiabilidad	- Capacidad de poder llevar a cabo de manera confiable y precisa el servicio promedio.	- Información confiable - Cumplimiento de servicio. - Servicio oportuno
				- Capacidad de respuesta	- Disposición a ayudar a los clientes y brindarles un servicio rápido.	- Disposición - Rapidez del servicio - Seguimiento a las atenciones
				- Empatía	- Interés mostrado para atender a los clientes de manera cuidadosa e individual.	- Confianza - Trato al usuario libre - Interés y preocupación por el cliente
				- Satisfacción	- Placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido.	- Satisfecho - Percepción del servicio - Experiencia - Actitud del operador - Expectativa en la atención - Renovación - Recomendación

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En la actualidad complacer a los clientes es uno de los factores críticos para todas las empresas sea el rubro al que se dediquen, por ello se enfocan en brindar un buen producto o servicio para lograr satisfacer las necesidades de cada consumidor.

En el sector energía las generadoras eléctricas compiten con un buen precio ante las empresas distribuidoras de energía eléctrica, ya que ellas mismas venden la energía que producen. Es por ello que desde el año 2017 la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. empezó a enfocarse en no solo la producción, sino también en ser suministradores de energía eléctrica, tal es así que para el presente año ya cuentan con 210 usuarios o clientes libres.

Tiene como visión ser la organización más eficiente en el desarrollo, construcción, operación y venta de energía eléctrica.

Su misión es tener una operación no menor de 100 MW de generación entre las centrales hidroeléctricas y ofrecer precios sumamente competitivos en el sector eléctrico.

Entre sus valores predomina el:

- **Compromiso**, pasión por lo que hacen, dando nuestro mayor esfuerzo para cumplir los objetivos, trabajando en equipo, velando siempre por los intereses de la empresa.
- **Transparencia**, decir la verdad, honrar nuestros compromisos, generar confianza y transmitir nuestras ideas en forma clara, directa y oportuna.
- **Excelencia**, buscar la perfección en todos los aspectos del trabajo, actuando con diligencia, rapidez, criterio y sentido común, prestando siempre la máxima atención a los detalles.

- **Responsabilidad**, garantizar el cumplimiento de nuestros compromisos en las condiciones y plazos establecidos asumiendo el liderazgo, trabajando con determinación, proactividad, coraje y convicción.
- **Flexibilidad**, capacidad para cambiar y adecuarnos a nuevas situaciones, rompiendo paradigmas con creatividad y audacia, siendo un agente del cambio y mirando el futuro con ambición e ilusión.
- **Igualdad de opinión**, no discriminar de quien o de dónde vienen las ideas, debe primar la razón y lo correcto.

Es importante mencionar que el 100 % de la energía que produce es renovable y no genera impactos en el medio ambiente. Asimismo, todas las centrales hidroeléctricas han sido calificadas por el ministerio de energía y minas como “Energías Renovables”.

La oficina central de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C., se encuentra ubicada en el departamento de Lima, distrito de San Isidro, en la Av. Pardo y Aliaga 675, piso 3, como referencia a una cuadra de la Av. Los conquistadores y a la espalda del Plaza Veá de Camino Real.



Fuente: Google maps

Figura 1. Ubicación de la empresa

En dicha oficina se encuentran las gerencias, los jefes de distintas áreas como por ejemplo del área técnica, de contratos, de ventas, de tesorería, de planeamiento, legal, entre otros. También se encuentran los analistas, el personal de soporte técnico, los ejecutivos comerciales y el área de centro de control.

El Centro de Control de Eléctrica Santa Rosa S.A.C. brinda un servicio 24/7, es decir las 24 horas en los 7 días de la semana de todo el año.

Son cuatro operadores en el área, uno por turno, de las cuales las funciones que realizan durante el día y la noche es la recepción de llamadas y correos electrónicos por cualquier consulta o requerimiento con respecto al suministro eléctrico, entre los más cotidianos son por la falta de energía eléctrica, presentaron caídas de tensión, gestiones para cortes y reconexión, cortes por mantenimiento, consulta sobre su facturación, algún requerimiento técnico.

Adicional a la atención a los clientes por medio telefónico y vía correo electrónico, el centro de control tiene otras funciones tanto en el turno de día, como en el turno de la noche entre ellas son actualizar la base de datos, buscar contactos de los clientes nuevos, registrar en una base de datos las interrupciones, cortes programados, actuaciones de ERACMF, ERACM que se presentan en el día a día, enviar correos de presentación a los clientes nuevos, realizar los informes semanales, realizar los informes mensuales, cargar información que solicitan al portal Web del OSINERMIN, coordinar con el COES cuando se presenta un evento grande en todo el SEIN, declarar los resarcimientos al COES semestralmente, verificar si las señales de las centrales hidroeléctricas llegan a tiempo real a las pantallas que tenemos instaladas en la oficina, verificar y avisar a los usuarios libres si serán afectados a cortes programados por las empresas distribuidoras, realizar seguimiento a los casos que aún se encuentran en evaluación o consulta, entre otros.

Es así como adicional a las tareas mencionadas, también se brinda atención a usuarios libres y es ahí donde se evidencian deficiencias. La mala atención, falta de empatía hacia al cliente, el incumplimiento de promesas, la demora en la atención está

ocasionando mayores reclamos y quejas por la inconformidad del trabajo que viene realizando el centro de control, esto se debe a la cantidad de clientes que se atienden actualmente y como no se tienen determinadas las tareas diarias que debe realizar cada operador que se encuentra de turno, ocasiona que se le acumule el trabajo para el operador de cambio o en el peor de los casos que por descuido y olvido no se realice una o varias tareas.

Por último, se ha presenciado que falta comunicación, falta trabajar en equipo entre los operadores del centro de control de Eléctrica Santa Rosa S.A.C., hay falta de interés, de conocimientos técnicos; es así que para poder identificar los puntos debilidades y/o necesidades se toma en consideración la encuesta del modelo SERVQUAL en el cual enfatiza sus ítems en las variables de calidad de servicio y se formula otra pequeña encuesta para verificar si los usuarios libres se encuentran satisfechos o no con el servicio que reciben.

Tabla 2
Cuadro Resumen de Resultado

Diagnostico	Dimensiones	Indicadores	Deficiencia	Problema	Finalidad Del Investigador	Propuesta
El presente trabajo permitirá dar a conocer alternativas de solución en la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C, ya que se ha evidenciado deficiencias en la calidad del servicio que brindan los operadores del área del centro de control a los usuarios libres	- Fiabilidad	- Información confiable	De un total de 136 encuestados la mayoría determinaron que el centro de control brinda información incompleta, no confiable, carecen de palabra, ya que no cumplen lo que prometen y asimismo, también se halló que los operadores no atienden las consultas y/o requerimientos en tiempo considerables.	Usuarios libres desconfiados, descontentos por la información y acuerdos que no se cumplen.	Que todos los clientes se contacten con los operadores para cualquier consulta y/o requerimiento y brindarle el servicio que esperan del área, a fin de evitar que los usuarios libres busquen a otros contactos de diversas áreas y evitar también que la imagen del centro de control se viera perjudicada	Los operadores deberán tomar nota de cada pendiente que pactan con los usuarios, juntos con los datos personales para devolver la llamada y estar en constante comunicación hasta brindarle la información prometida
		- Cumplimiento de promesas				
		- Servicio oportuno				
	- Capacidad de respuesta	- Disposición	De un total de 136 encuestados la gran mayoría determinó que los operadores carecen de rapidez en la atención, no hacen seguimientos a sus consultas hasta su finalización	Usuarios libres inseguros al comunicarse y con temor en dejar coordinaciones a manos del centro de control	Que todos los usuarios puedan llamar, hacer consultas y dejar con seguridad cualquier coordinación, ya que tendrán la certeza que el centro de control la realizará en el menor tiempo posible.	Utilizar los procedimientos del presente trabajo y así crear más procedimientos de todas las actividades que realizan, crear speech, plantillas de correos tipo para una atención rápida y tener tiempo para culminar otras coordinaciones o consultas, a fin de no dejar muchos pendientes para los otros turnos
		- Rapidez del servicio				
		- Seguimiento a las atenciones				
	- Empatía	- Confianza	De un total de 136 encuestados el mayor porcentaje tuvo resultado que los operadores carecen de empatía, el trato que brindan no es como esperan los usuarios y hay falta de interés hacia los clientes	Usuarios libres desvinculados con los operadores del centro de control	Que todos los usuarios libres tengan la confianza de llamar al centro de control, ya que no solo encontraran a un trabajador, sino un operador comprometido	Capacitar a los operadores del centro de control dando a conocer la importancia que tienen los clientes dentro de una organización
		- Trato al usuario libre				
		- Interés y preocupación por el cliente				

<ul style="list-style-type: none"> - Satisfecho - Percepción del servicio - Experiencia - Actitudes del operador - Expectativa en la atención - Renovación - Recomendación 	<p>De un total de 136 encuestados la mayoría determino que hay carencias en el servicio que reciben; tanto en actitudes, como en el servicio que brindan</p>	<p>Usuarios libres insatisfechos con la calidad del servicio que reciben de los operadores del centro de control</p>	<p>Que todos los usuarios libres superen sus expectativas del servicio que reciben, para que se encuentren satisfechos y lograr tener buenas relaciones, a fin de que vean a una empresa que no solo vende energía sino también que le obsesiona la satisfacción de sus clientes</p>	<p>Capacitar a los operadores del centro de control tanto en conocimientos sobre el rubro, actitudes a mejorar, trabajos en equipo, para que de esa manera cambie la percepción que tienen del centro de control</p>
---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

3.1. Resultados

Variable: Calidad de Servicios

3.1.1. Dimensión: Fiabilidad

Tabla 3
Fiabilidad

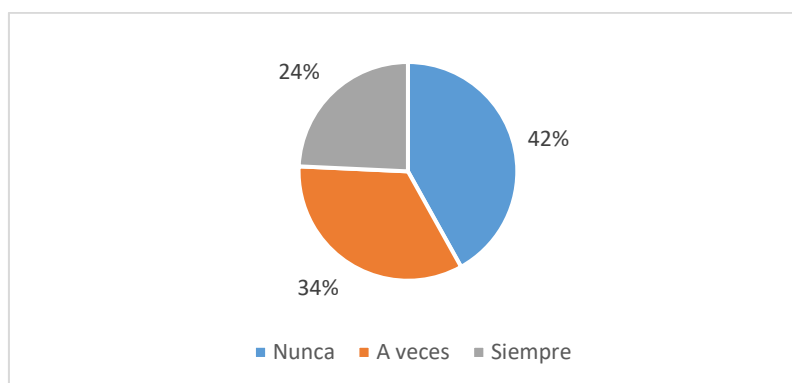
	Nunca	A veces	Siempre	
Fiabilidad	57	46	33	136
ítem 1	54	42	40	136
Ítem 2	54	45	37	136
Ítem 3	64	52	20	136

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4
Consolidado de fiabilidad

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	57	57	42%	42%
A veces	46	103	34%	76%
Siempre	33	136	24%	100%
total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 2 Consolidado de fiabilidad

De acuerdo con la dimensión fiabilidad se ha consolidado la información y se obtiene como resultado que hay deficiencias en la dimensión fiabilidad de la calidad del servicio brindado, ya que la gran mayoría de encuestados determinan que el centro de control no brinda información confiable, no cumplen con las promesas que realizan y no hay un servicio oportuno. Motivo por el cual se presentan las quejas y reclamos por no recibir el servicio que esperan.

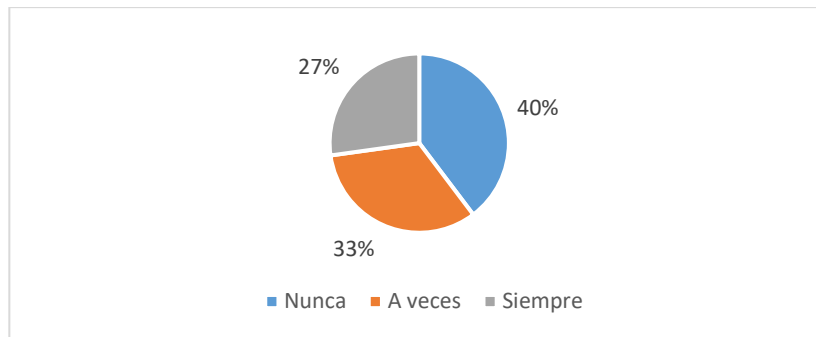
Es así como teniendo en consideración a Zeithaml, Parasuraman, & Berry, (1992), quienes nos indican que la fiabilidad “es la capacidad de poder llevar a cabo de manera confiable y precisa el servicio prometido”. Por ello se propone tomar nota de cada pendiente que pactan con los usuarios, juntos con los datos personales para devolver la llamada y estar en constante comunicación hasta brindarle la información prometida. Caso contrario aumentará la insatisfacción y ya no se comunicarán directamente con el centro de control, si no con los gestores comerciales o personal de otras áreas, que ellos a su vez transmitirán su malestar por las diversas consultas de los clientes dejando mal visto al área del centro de control por no saber atender a los usuarios libres.

3.1.1.1 Aspectos considerados en la dimensión fiabilidad:

Tabla 5
Información confiable

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca		54	54	40%
A veces		45	99	33%
Siempre		37	136	27%
Total		136		100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 3. Información confiable

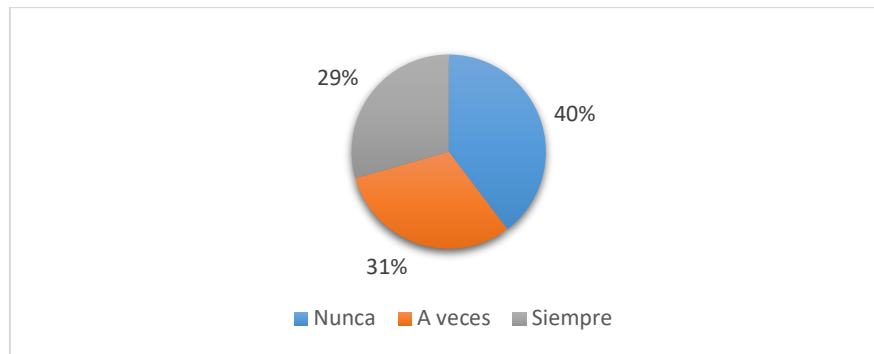
De los 136 encuestados, (54) representan el 40% de la muestra, los cuales perciben que nunca los operadores del centro de control les han brindado información confiable; (45) encuestados que representan el 33% de la muestra indican que a veces se les ha brindado información confiable, sin embargo (37) encuestados que representan el 27% de la muestra perciben que siempre les han brindado información confiable.

De acuerdo con dichos resultados se puede inferir que la mayoría de los encuestados reciben información inexacta, con poco sustento técnico. Gracias a Deming, sabemos que el objetivo de una organización es permanecer en el mercado, proteger la inversión y ganar dinero; lo cual para este caso si sigue de esa manera generará pérdidas tanto de clientes, como de ganancias.

Tabla 6
Cumplimiento de promesa

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	54	54	40%	40%
A veces	42	96	31%	71%
Siempre	40	136	29%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 4. Cumplimiento de promesa

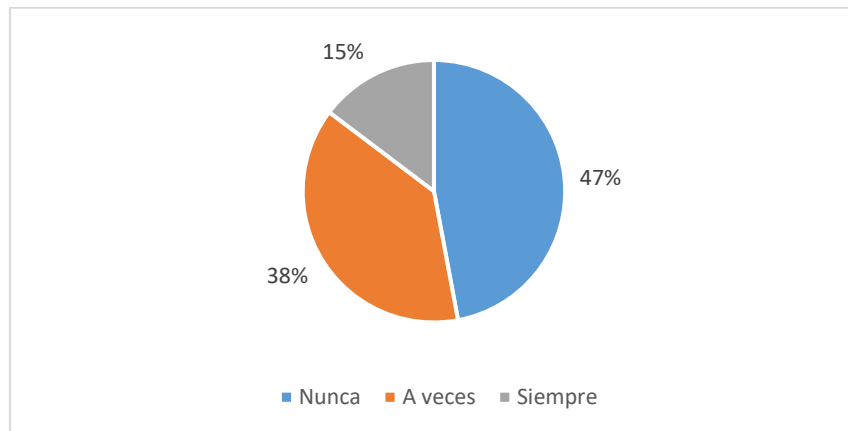
De un total de 136 encuestados, cincuenta y cuatro (54) representan un 40% de la muestra, los cuales perciben que el centro de control nunca ha cumplido lo que promete, por otro lado (42) encuestados que representan el 31% de la muestra perciben que los operadores del centro de control a veces cumplen lo que prometen y por último (40) encuestados que representan el 29% los cuales determinan que los operadores del centro de control siempre cumplen lo que prometen.

Respecto al cumplimiento de promesas que se generan en el centro de control es percibido en términos generales por los usuarios libres como defectuoso. Gronroos, menciona que la calidad del servicio es subjetiva, porque está directamente relacionada a lo que el cliente percibe y ya que en este caso se hicieron promesas las cuales no fueron cumplidas, añadiéndole a una mala atención y falta de compromiso de los operadores se percibe el descontento de los usuarios, situación que al no ser mejorada seguirá generando quejas y reclamos.

Tabla 7
Servicio Oportuno

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca		64	64	47%
A veces		52	116	38%
Siempre		20	136	15%
Total		136		100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 5. Servicio Oportuno

De los 136 encuestados, (64) representan el 47% de la muestra, los cuales determinan que sus solicitudes y requerimientos nunca se han atendido en un tiempo que consideran prudente; (52) encuestados representan el 38% de la muestra donde perciben que a veces si se atendía sus solicitudes y requerimientos y por último (20) encuestados que representa el 15% de la muestra perciben que siempre se han atendido sus solicitudes y requerimiento en un tiempo que consideran prudente.

Es decir, solo una mínima parte de los encuestados se encuentra conforme con la atención. Parasuraman indica que existen diferencias entre las expectativas y percepciones. Por ello hay un porcentaje mayor que percibe insatisfacción sobre el tiempo de atención ante cualquier requerimiento y/o consultas que puedan tener. Igualmente se aprecia una carecía de compromiso ante los clientes, ya que en muchos casos son usuarios que necesitan programar mantenimientos para sus plantas con anticipación y no afectar a su producción, por ello es importante realizar las coordinaciones con tiempo y separar la fecha propuesta por el cliente con la empresa distribuidora, mas no fechas que le quedan disponibles a estas.

3.1.2. Dimensión: Capacidad de respuesta

Tabla 8
Capacidad de respuesta

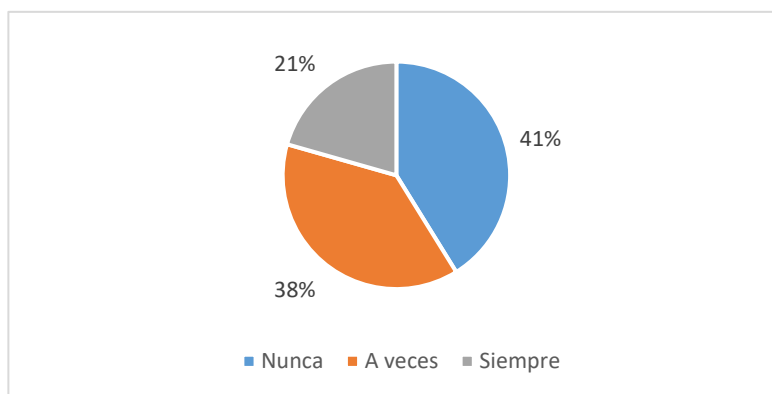
	Nunca	A veces	Siempre	
Capacidad	56	52	28	136
Ítem 4	61	49	26	136
Ítem 5	49	55	32	136
Ítem 6	58	53	25	136

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9
Consolidado de capacidad de respuesta

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	56	57	41%	41%
A veces	52	109	38%	79%
Siempre	28	137	21%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 6. Consolidado de capacidad de respuesta

De acuerdo con la dimensión capacidad de respuesta se ha consolidado la información y se obtiene como resultado que hay un déficit en cuanto a capacidad de respuesta de los usuarios libres. Uno de los motivos por el cual se iniciaron las quejas, al no obtener la información como esperan, ya que no atienden sus consultas, no se realizan seguimientos y no hay una atención similar en cuanto a trato con los usuarios libres.

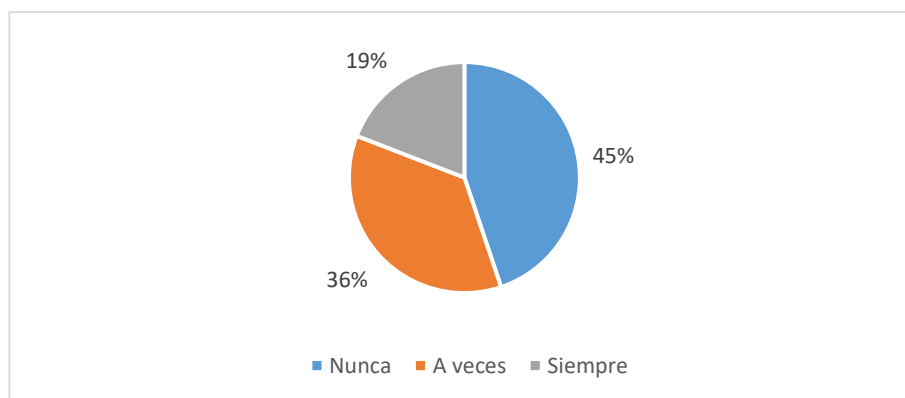
De acuerdo con Zeithaml, Parasuraman, & Berry, (1992), la capacidad de respuesta es “la disposición a ayudar a los clientes y entregarles un servicio ágil y rápido”. Razón por la cual los operadores deben hacer uso de los procedimientos que hay en presente trabajo; así mismo crear más procedimientos de todas las actividades que realizan, crear speech, plantillas de correos tipo para una atención rápida y tener tiempo para culminar otras coordinaciones o consultas, a fin de no dejar muchos pendientes para los otros turnos.

3.1.2.1 Aspectos considerados en la dimensión fiabilidad:

Tabla 10
Disposición en la atención

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	61	61	45%	45%
A veces	49	110	36%	81%
Siempre	26	136	19%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 7. Disposición en la atención

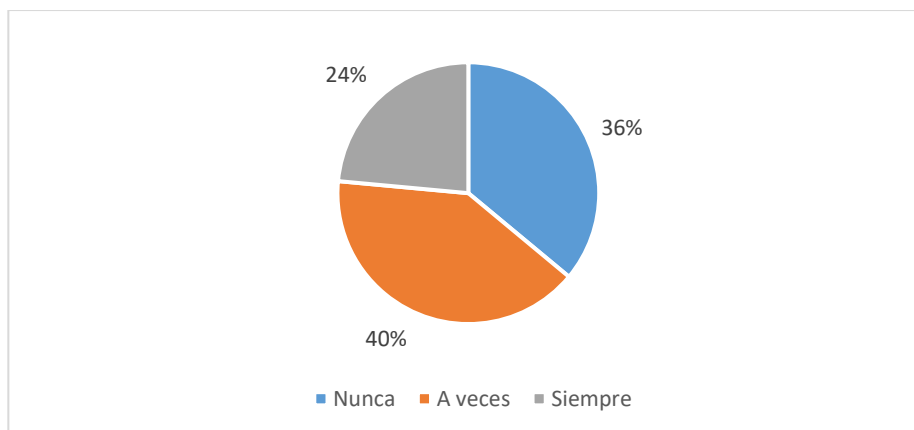
De los 136 encuestados, (61) de ellos representan el 45% de la muestra los cuales infieren que nunca ha recibido la misma disposición en la atención, (49) encuestados que representa el 36% de la muestra determinan que a veces si lo atendían bien y por último (26) encuestados que representa el 19% de la muestra indica que siempre lo han atendido todos con la misma disposición.

De lo anterior se percibe un alto índice de inconformidad en cuanto a la atención que brindan los operadores del centro de control. Ishikawa indica que la calidad es un juicio de valor relativo que un cliente le da a un producto o un servicio y ello no se ve reflejado en este punto, ya que en la actualidad para que un negocio u empresa siga creciendo debe fidelizar a sus clientes no solo con el producto y/o servicio que ofrece, sino también con el trato hacia a ellos. Es importante tratarlos con amabilidad, cortesía y disposición para formar vínculos de confianza con nuestros clientes.

Tabla 11
Rapidez del servicio

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	49	49	36%	36%
A veces	55	104	40%	76%
Siempre	32	136	24%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 8. Rapidez del servicio

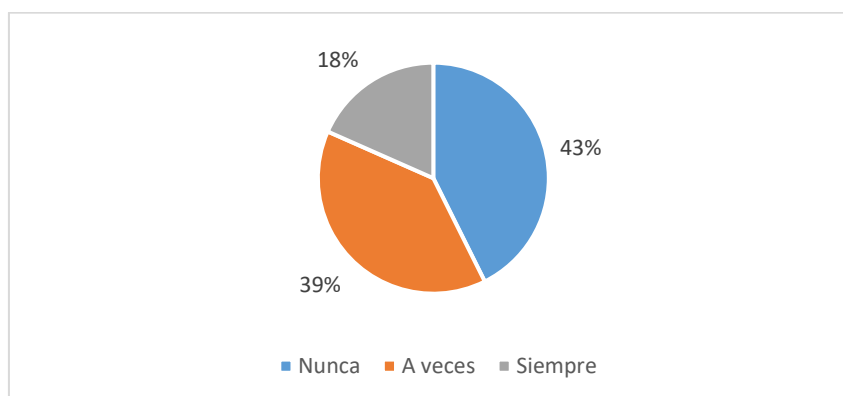
De los 136 encuestados, (49) de ellos representan el 36% de la muestra que infieren que nunca han tenido una atención rápida, por el contrario (55) encuestados representan el 40% de la muestra que perciben que a veces no se demoran mucho en atenderlos y por último (32) encuestados que representa el 24% de la muestra una mínima parte que perciben que siempre recibieron atención sin demora.

De acuerdo con la figura, se determina que hay demora en la atención, por ello requiere mayor concentración con la recepción de llamadas y correos electrónicos, más aún cuando se trata de una emergencia, ya que eso requiere atención inmediata. Según mi experiencia como investigadora toda área de atención al cliente debe tener un tiempo de atención promedio, a fin de mantener la línea libre y al ser solo un operador por turno con mayor razón deben realizar las coordinaciones con rapidez y si es un caso complejo, pedir los datos e información y ofrecer devolución de llamada ni bien tenga la respuesta.

Tabla 12
Seguimiento a las atenciones

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca		58	43%	43%
A veces	53	111	39%	82%
Siempre	25	136	18%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 9. Seguimiento a las atenciones

De un total de 136 encuestados, (58) representan el 43% de la muestra que perciben que nunca les han dado seguimiento a sus trámites; por otro lado, (53) encuestados representan 39% de la muestra infiere que a veces se han realizado seguimiento a sus trámites o solicitudes y por último los (25) encuestados representan

18% de la muestra mencionan que siempre que su trámite no se podía concluir el mismo día, el área del centro de control le realizaba seguimiento hasta la finalización del mismo.

Según la figura se puede apreciar que hay carencia de seguimiento a las atenciones. Feigenbaum determina que la calidad no significa mejor, sino lo mejor para el cliente en servicio y precio, entonces debemos ser lo mejor para el cliente y lograr cambiar esa perspectiva que tienen sobre los operadores. Caso contrario seguirá generando disconformidad, insatisfacción, inseguridad de los usuarios libres hacia los operadores del centro de control.

3.1.3. Dimensión: Empatía

Tabla 13
Empatía

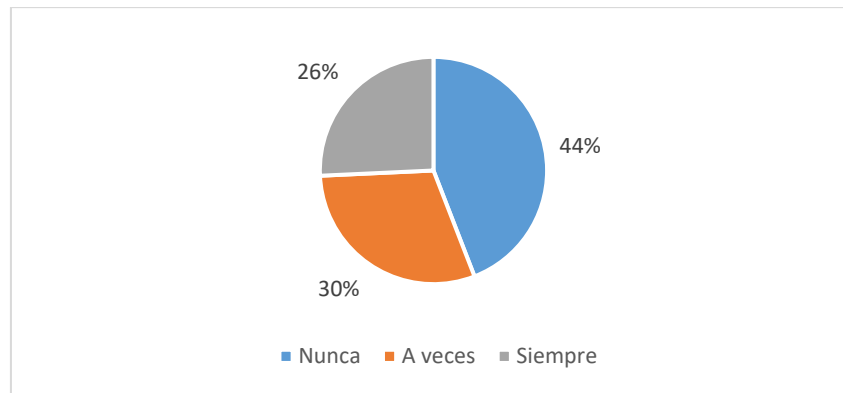
	Nunca	A veces	Siempre	
Empatía	60	41	35	136
Ítem 7	63	44	29	136
Ítem 8	59	43	34	136
Ítem 9	57	36	43	136

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14
Consolidado de empatía

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	60	57	44%	44%
A veces	41	98	30%	74%
Siempre	35	133	26%	100%
total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 10. Consolidado de empatía

De acuerdo con la dimensión empatía se ha consolidado la información y hallado un déficit en cuanto a esta dimensión en los operadores del centro de control a los usuarios libres.

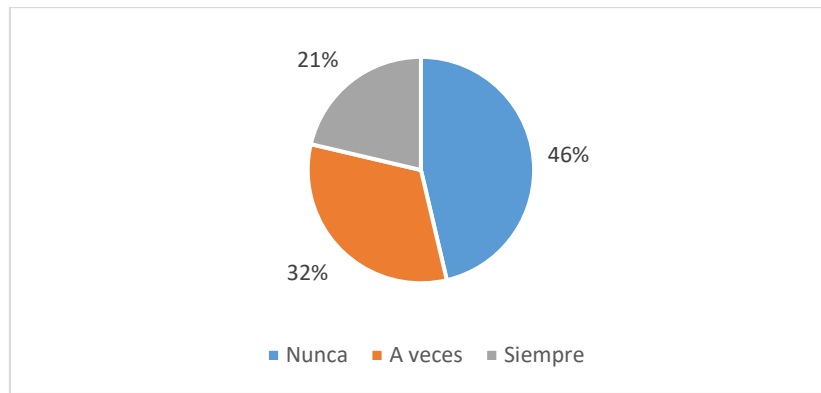
Es por ello que teniendo en consideración a Zeithaml, Parasuraman, & Berry, (1992), donde nos dice que la empatía es “la disposición mostrada para atender a los clientes de manera cuidadosa e individual”, lo cual no se pone en práctica en los operadores del centro de control, por ello se debe capacitarlos dándoles a conocer la importancia que tienen los clientes dentro de una organización. Debido a que es preocupante que los operadores del centro de control no traten con amabilidad, respeto y paciencia a los usuarios libres; así como también no demuestren interés ante sus problemas; cada cliente debe saber que después de cada atención no solo encuentra la información que buscaba, sino también encuentra a un equipo que se hacen de los problemas de los clientes suyos para resolverlos con dedicación.

3.1.3.1 Aspectos considerados en la dimensión empatía:

Tabla 15
Grado de confianza

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	63	63	46%	46%
A veces	44	107	32%	79%
Siempre	29	136	21%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 11. Grado de confianza

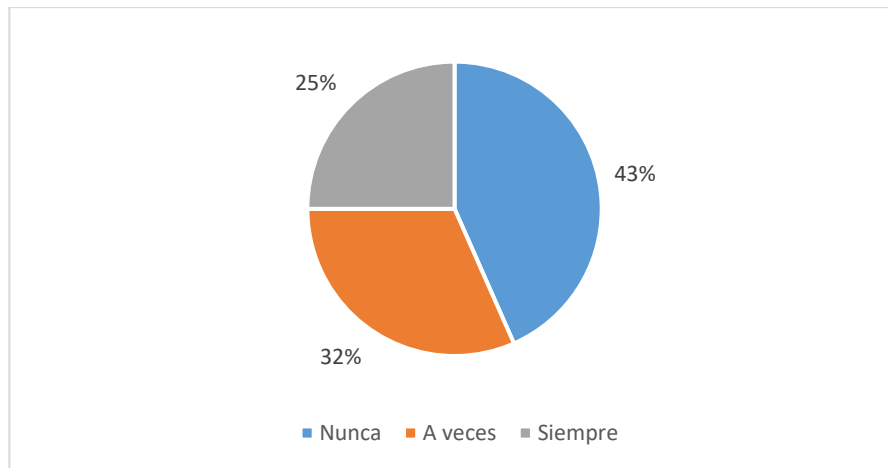
De los 136 encuestados, (63) representan un 46% de usuarios libres determinan que nunca le han inspirado confianza los operadores del centro de control, (44) encuestados representan el 32% de la muestra que determina que a veces los operadores del centro de control les han inspirado confianza y por último tenemos (29) encuestados que representan el 21% de la muestra perciben que siempre los operadores del centro de control les han inspirado confianza.

La confianza que inspira cualquier trabajador hacia sus clientes es importante y necesario para tener una mejor comunicación, seguir captando clientes mediante recomendaciones, de acuerdo a nuestra investigación se verifica carencia en este aspecto que se debe reforzar para lograr construir relaciones del operador ante los usuarios libres, es importante acompañar al cliente durante todo el tiempo post-venta para tener una mayor probabilidad de renovación y que sigan deseando ser clientes de Eléctrica Santa Rosa.

Tabla 16
Trato al usuario libre

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca		59	59	43%
A veces	43	102	32%	75%
Siempre	34	136	25%	100%
Total		136		100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 12. Trato al usuario libre

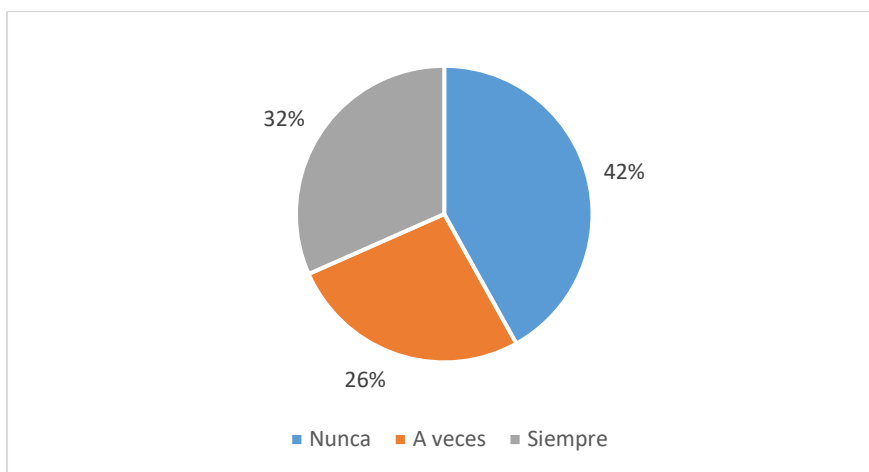
De los 136 encuestados, (59) de ellos representa el 43% de la muestra que determinan que nunca recibieron buen trato por parte del operador del centro de control, por el contrario (43) encuestados que representan el 32% de la muestra indican que a veces los trataron con amabilidad, respeto y paciencia y (34) encuestados que representan el 25% de la muestra determinan que siempre los operadores tuvieron un trato bueno con ellos.

Por consiguiente, se concluye que los operadores del centro de control no brindan la atención con un trato amable, demostrando impaciencia, que de acuerdo desde mi punto de vista como investigadora no solo algunos; sino, todos los operadores deben tener el mismo trato con los usuarios, deben ser empáticos y brindarle toda la ayuda posible, ya que volviendo a tomar como referencia a feigenbaum para el cliente en servicio y/o producto recalcamos que la calidad no significa mejor, sino lo mejor

Tabla 17
Interés y preocupación por el cliente

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Nunca	57	57	42%	42%
A veces	36	93	26%	68%
Siempre	43	136	32%	100%
total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 13. Interés y preocupación por el cliente

De un total de 136 encuestados, (57) de ellos representan el 42% de la muestra, perciben que nunca los operadores del centro del control han tenido interés y preocupación por ellos; así también (36) encuestados que representan el 26% de la muestra perciben a veces han tenido interés y preocupación por ellos y por último (43) encuestados que representan el 32% de la muestra determinan que siempre se han preocupado y tenido interés por ellos.

Con respecto a la figura se evidencia que la mayoría no demuestra interés y preocupación por resolver y brindarles soluciones a los clientes, lo que en términos generales significa que los operadores no realizan una buena labor. Necesitando concientizarse y empezar a ponerse en el lugar del cliente, con el fin de brindar un buen servicio, buena atención mostrando preocupación y dándole solución a sus consultas y/o requerimiento de los usuarios libres.

3.1.4. Dimensión: Satisfacción

Tabla 18
Satisfacción de usuarios libres

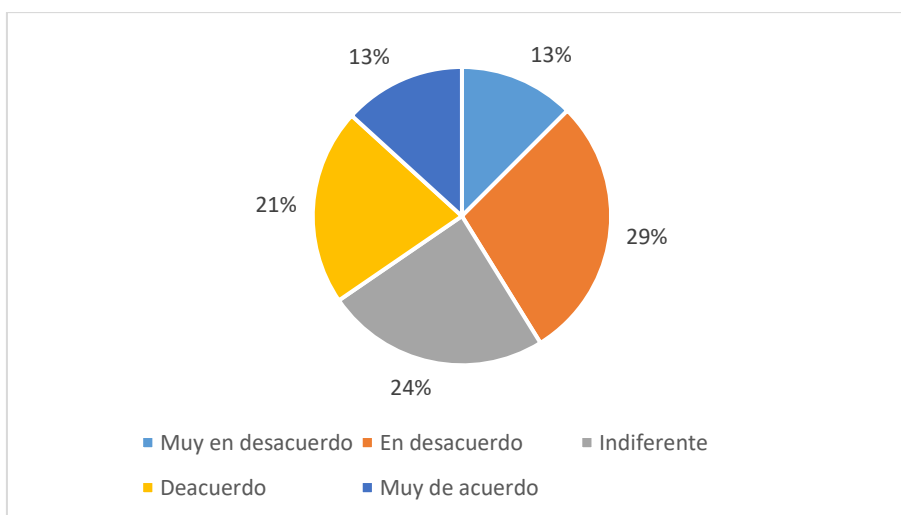
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	
Satisfacción	17	39	33	29	18	136
Ítem 1	20	42	32	26	16	136
Ítem 2	14	53	29	25	15	136
Ítem 3	11	46	40	24	15	136
Ítem 4	12	16	20	47	41	136
Ítem 5	21	53	37	18	7	136
Ítem 6	30	47	21	25	13	136
ítem 7	15	30	43	28	20	136
ítem 8	15	23	41	35	22	136

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19
Consolidado de satisfacción

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	17	17	13%	13%
En desacuerdo	39	56	29%	41%
Indiferente	33	89	24%	65%
De acuerdo	29	118	21%	87%
Muy de acuerdo	18	136	13%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 14. Consolidado de satisfacción

De acuerdo con la dimensión satisfacción, se ha consolidado la información y se obtiene como resultado que un mayor porcentaje de usuarios no se encuentran satisfechos.

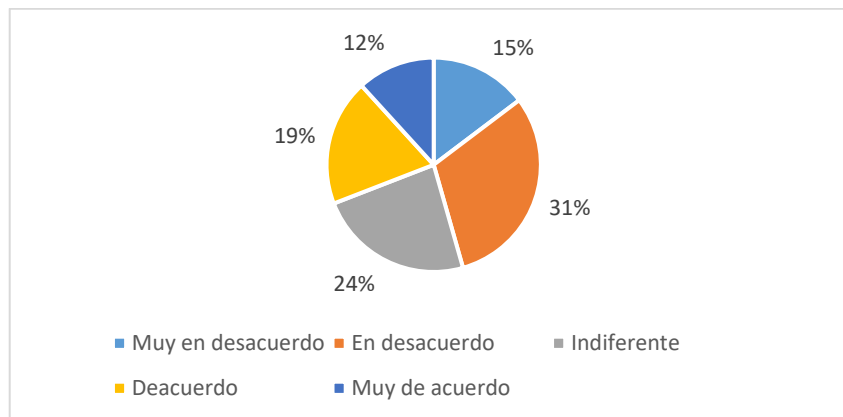
Es así que tomando referencia a Kotler & Keller, (2012) en su libro Dirección de Marketing, se dice que la satisfacción es el “conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o servicio contra las expectativas que se tenían”, concluyendo con ese preámbulo que los usuarios libres se encuentran insatisfechos por el servicio que reciben por ello se debe capacitar a los operadores del centro de control tanto en conocimientos sobre el rubro, actitudes a mejorar, trabajos en equipo, para que de esa manera cambie la percepción que tienen del centro de control.

3.1.4.1 Aspectos considerados en la dimensión satisfacción:

Tabla 20
Satisfacción

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	20	20	15%	15%
En desacuerdo	42	62	31%	46%
Indiferente	32	94	24%	69%
De acuerdo	26	120	19%	88%
Muy de acuerdo	16	136	12%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 15. Satisfacción

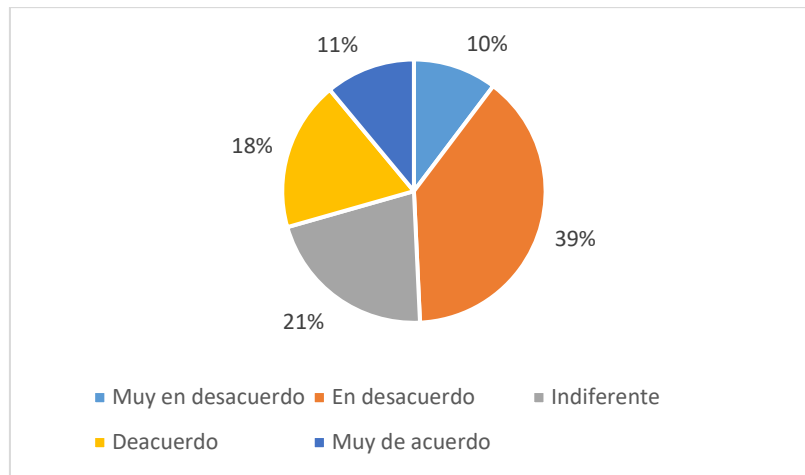
De los 136 encuestados; (20) representan el 15% de los que indican que se encuentran muy en desacuerdo con la atención recibida; por el contrario (42) encuestados que representan 31% determinan que están en desacuerdo con la atención que reciben por los operadores del centro de control; sin embargo, (32) encuestados que representa el 24% de la muestra son indiferentes ante la pregunta, pero (26) encuestados que representan el 19% de la muestra se encuentran de acuerdo con la atención que reciben y por último (16) encuestados que representa el 12% de la muestra indican que se encuentran muy de acuerdo con la atención que les brindan los operadores del centro de control.

Según la figura se concluye con un 46% que los usuarios se encuentran insatisfechos con las atenciones. Oliver manifiesta que la satisfacción de un cliente viene orientada con la impresión que éste experimenta después de una compra, por ello si la situación no es mejorada, sería muy perjudicial para la empresa, ya que no se está cubriendo las expectativas de los usuarios libres.

Tabla 21
Percepción del servicio

Respuestas	ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo		14	14	10%
En desacuerdo		53	67	39%
Indiferente		29	96	21%
De acuerdo		25	121	18%
Muy de acuerdo		15	136	11%
Total		136		100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 16. Percepción del servicio

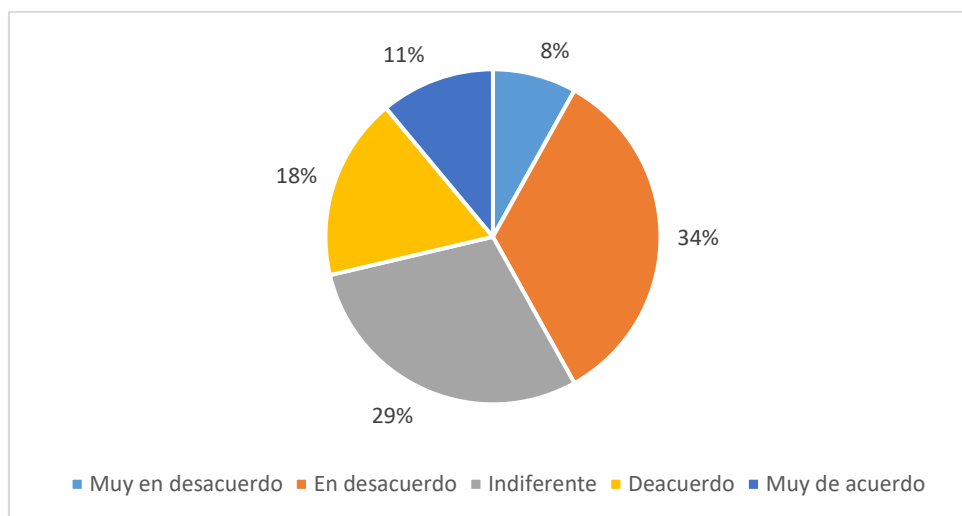
De los 136 encuestados, (14) representan el 10% de la muestra determinan que están muy en desacuerdo con el servicio brindado, (53) representan 39% de la muestra determinan que se encuentran en desacuerdo, (29) encuestados representan el 21% de las muestra indican que se encuentran indiferente ante la interrogante; por otro lado tenemos (25) encuestados que representan el 18% de la muestra determinan que están de acuerdo con el servicio recibido por los operadores del centro de control y (15) encuestados que representan el 11% de la muestra indican que se encuentran muy de acuerdo con el servicio recibido por el área del centro de control.

De lo anterior se percibe que los usuarios tienen una mala percepción del servicio. Kotler & Armstrong, manifiestan que el servicio es una forma de producto que consiste en actividades, beneficios y satisfacción ofrecidos a la venta; por eso debemos dar un servicio óptimo que agrade al cliente, motivo por el cual debe considerarse como un aspecto a mejorar para cambiar los resultados obtenidos a resultados positivos y lograr la permanencia de los clientes.

Tabla 22
Experiencia

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	11	11	8%	8%
En desacuerdo	46	57	34%	42%
Indiferente	40	97	29%	71%
De acuerdo	24	121	18%	89%
Muy de acuerdo	15	136	11%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 17. Experiencia

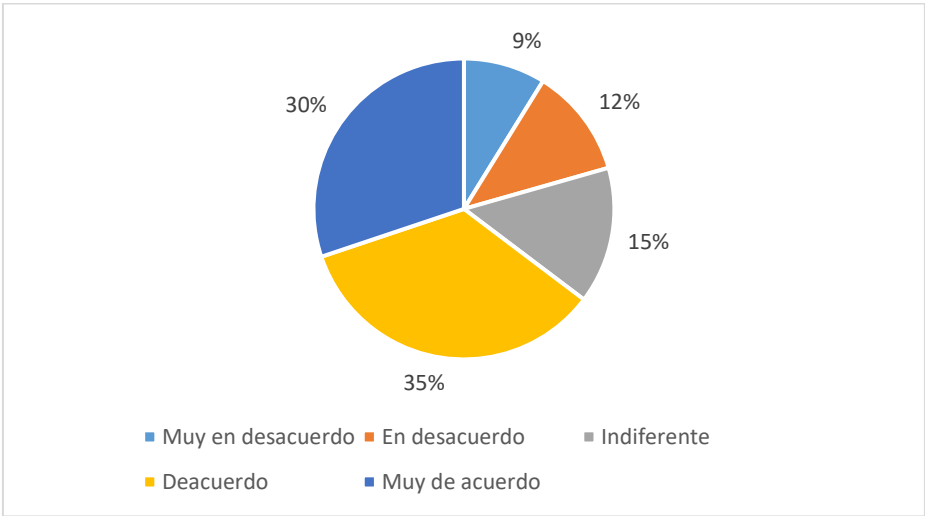
De un total de 136 encuestados, (57) de ellos que representan el 42% de la muestra que se encuentran en desacuerdo con las funciones que realizan los operadores del centro de control de Eléctrica Santa Rosa a comparación con el centro de control de su anterior suministrador de energía eléctrica. Así también, (40) encuestados que representan el 29% de la muestra que se encuentran indiferentes ante la pregunta; por el contrario (29) encuestados que representan el 29% de la muestra determinaron que se encuentran de acuerdo con las funciones que viene desempeñando el centro de control.

Según la figura se evidencia con 42% que los usuarios libres se encuentran en desacuerdo y muy en desacuerdo con las funciones que realizan los operadores del centro de control a comparación del servicio que recibían antes. Es decir, hay alguna carencia en el servicio que brindan los operadores que no logra satisfacer a los usuarios libres. Situación que deberá ser mejorada con la propuesta de solución planteada en el presente trabajo.

Tabla 23
Actitud del operador

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	12	12	9%	9%
En desacuerdo	16	28	12%	21%
Indiferente	20	48	15%	35%
De acuerdo	47	95	35%	70%
Muy de acuerdo	41	136	30%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 18. Actitud del operador

De los 136 encuestados, (28) de ellos que representa el 21% de la muestra se encuentran en desacuerdo con cambiar las actitudes de los operadores del centro de control, así como (20) encuestados que representa el 15% están indiferentes ante la interrogante; caso contrario (89) encuestados que representan el 65% de la muestra

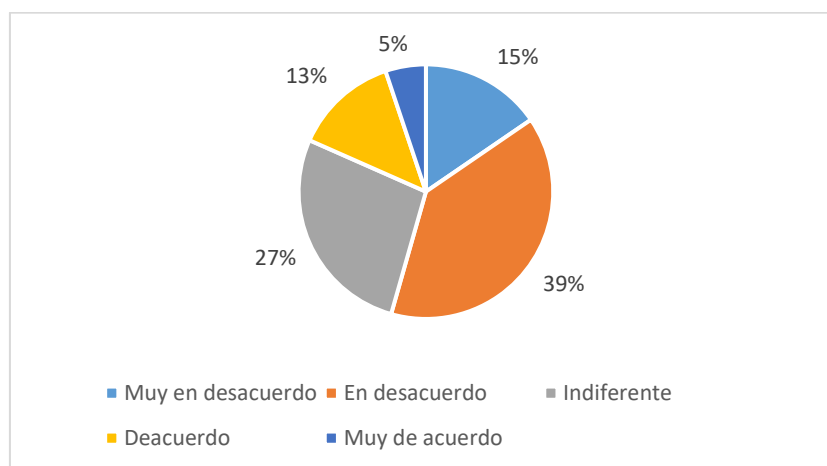
se encuentran de acuerdo con mejorar y/o cambiar algunas actitudes actuales que tiene el centro de control.

Según la figura se percibe que el 65% están de acuerdo y muy de acuerdo con proponer mejoras en las actitudes que tienen los operadores del centro de control. Juran determina que los problemas de calidad son responsabilidad de la administración y no de los trabajadores, situación que concuerda con la empresa en estudio, pero no debemos esperar a las acciones de la administración, ya que pueden ser drásticas. Por ello los operadores deberán aprovechar la propuesta de mejora con el fin de disminuir usuarios insatisfechos.

Tabla 24
Expectativa en la atención

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	21	21	15%	15%
En desacuerdo	53	74	39%	54%
Indiferente	37	111	27%	82%
De acuerdo	18	129	13%	95%
Muy de acuerdo	7	136	5%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 19. Expectativa en la atención

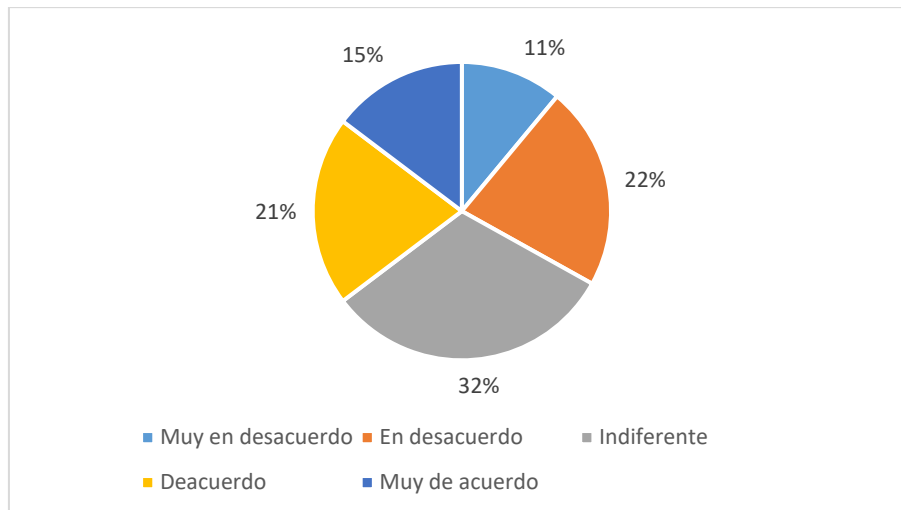
De un total de 136 encuestados, (74) representan el 54% de la muestra que se encuentra en desacuerdo con la atención que brindan los operadores del centro de control, (37) encuestados que representa el 27% de la muestra son indiferentes ante la pregunta; por el contrario (25) encuestados que representa el 18% de la muestra se encuentran de acuerdo con la atención que les brindan los operadores del centro de control

De acuerdo con la figura se percibe un 54% de la muestra que se encuentran en desacuerdo con el servicio brindado por los operadores del centro de control, situación que se debe tener presente. Para Kotler & Keller la satisfacción es un conjunto de sentimientos que genera una persona como consecuencia del comparar los resultados contra las expectativas que tenían, es por ello que debemos cambiar las percepciones que tienen los usuarios de los operadores, caso contrario crecerá la insatisfacción y con ello el arrepentimiento de los clientes al pasar ser usuarios libres y escogernos como sus suministradores de energía eléctrica.

Tabla 25
Renovación de contratos

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	15	15	11%	11%
En desacuerdo	30	45	22%	33%
Indiferente	43	88	32%	65%
De acuerdo	28	116	21%	85%
Muy de acuerdo	20	136	15%	100%
Total	136		100%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 20. Renovación de contratos

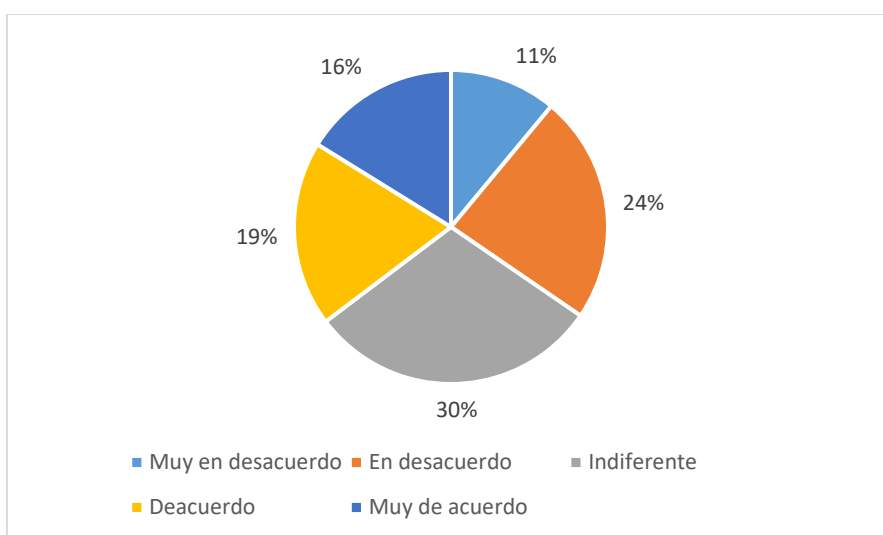
De los 136 encuestados, (45) que representa el 33% se encuentra muy en desacuerdo con renovar contrato con la empresa, (43) encuestados que representa el 32% de la muestra en duda y son indiferentes ante la pregunta, caso contrario (48) encuestados que representan el 36% de la muestra se encuentran de acuerdo con renovar contrato.

Según la figura se puede deducir con un 36% que a pesar del servicio que reciben aún los usuarios renovarían contrato, y un 32% que se encuentran en duda. Teniendo en cuenta a Oliver, decimos que la satisfacción va orientada por la impresión que el cliente experimente es por ello que se debe trabajar para mejorar la perspectiva que tienen los usuarios sobre los operadores y de esa forma lograr por lo menos que la cantidad de clientes que están en duda lleguen a tener la certeza de decir que quieren renovar contratos con Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

Tabla 26
Recomendación de usuarios

Respuestas	Ni	Ni	%ni	%Ni
Muy en desacuerdo	15	15	11%	11%
En desacuerdo	32	47	24%	35%
Indiferente	41	88	30%	65%
De acuerdo	26	114	19%	84%
Muy de acuerdo	22	136	16%	100%
Total	136			100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia de aplicación de encuestas el 12-03-2019

Figura 21. Recomendación de usuarios

De los 136 encuestados, (15) representan el 11% de la muestra que está muy en desacuerdo a recomendar a la Eléctrica Santa Rosa ante otras empresas, (32) representan el 24% de la muestra que están en desacuerdo, (41) que representan el 30% encuestados son indiferentes, (26) encuestados representan 19% que se encuentran de acuerdo en recomendar a la empresa y (22) encuestados que representan el 16% están muy de acuerdo con recomendar a la empresa ante sus amistades.

Según la figura se deduce que entre los muy en desacuerdo y en desacuerdo hay 35%, mientras que en los de acuerdo y muy de acuerdo hay 35%, sin embargo, hay 30% de los que se encuentran en duda. Es decir, se verifica igualdad entre los que recomendarían y no, es por ello la importancia de mejorar el trato, mejorar el tiempo de atención, mejorar todo el déficit posible, a fin de cambiar resultados y esto es favorable para la empresa.

3.2. Discusión

Los resultados obtenidos muestran que después de haber aplicado las encuestas a los clientes de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C., se comprueba que la dimensión de fiabilidad y capacidad de respuesta deben ser el foco de atención en el área del centro de control; pues son los que poseen los niveles de percepción más bajos.

Respecto a lo mencionado en el párrafo anterior, se podría decir que la fiabilidad es la capacidad de poder llevar a cabo de manera confiable y precisa el servicio prometido según Zeithaml, Parasuraman & Berry (1992). Sin embargo, el 76 % de encuestados no han percibido una información confiable, cumplimiento de las promesas y una atención en un tiempo considerable.

Por otro lado, en cuanto a los resultados obtenidos del nivel de capacidad de respuesta ante los clientes se muestra un 79% que refiere al tipo de atención, a la demora en la información, la falta de seguimiento a los requerimientos y/o consultas hasta finalizar la atención que hayan recibido del centro de control. Así mismo, se define a la capacidad de respuesta como la disposición a ayudar a los clientes y entregarles un servicio ágil y rápido.

3.3 Modelo de solución propuesto

De acuerdo con los constantes cambios que se dan en la actualidad, las empresas que brindan servicios y/o productos son sometidas a constantes exigencias de los clientes. En muchos casos no se da el correcto seguimiento o importancia a la calidad del servicio para lograr una buena satisfacción de los clientes.

Es así, para realizar este trabajo se aplicará una encuesta tomando en consideración tres dimensiones del modelo propuesto por el autor Zeithaml, Parasuraman, & Berry, (1992), los cuales se tomó por su importancia y su relación al objetivo de trabajo; por otra parte, se hace uso de la dimensión satisfacción al cliente con el apoyo de lo mencionado por Kotler & Keller, (2012), ya que también guarda relación con el problema motivo de estudio.

Por otra parte, se propone un programa de capacitación para que se ejecute en toda el área y obtener un mejor desempeño, mejor desenvolvimiento, conocimiento técnico, entre otros para mejorar la satisfacción de los usuarios libres.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

- Nombre: ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C.
- Organización:
 - Encargado del área técnica
 - Encargado del área de facturación
 - Encargada del Gestión de talento
 - Jefe del área del Centro de Control

- Público Objetivo:
 - El área del Centro de Control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

- Lugar: Sala Runatullo en la oficina de Pardo y aliaga 675, piso 3

- Fecha: Semestrales

- N° de horas: 4 horas

I. PROPUESTA DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Este programa de capacitación se realiza en función a que se identificó deficiencias en la atención a los usuarios libres de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. los cuales fueron corroborados con los cuestionarios aplicados a los clientes de la mencionada empresa.

La problemática de mantener a los clientes satisfechos y brindar un servicio de calidad que se presenta en el área del centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa, nos conduce a realizar el programa de capacitación en el área.

Esta estrategia de capacitación nos permitirá contar con un centro de control más sensibilizado y operativo que además de atender los casos, tengan la capacidad de brindar información sin demora, con conocimiento y cumpla con lo solicitado por el cliente.

Por ello este proceso de capacitación desarrollará capacidades y competencias que permitirá mejorar la calidad de atención y lograr la satisfacción de los usuarios libres.

OBJETIVOS DEL MODELO DE SOLUCIÓN PROPUESTO

a) General:

Fortalecer y establecer actividades de capacitación que estén orientadas en el desarrollo de los operadores con el fin lograr satisfacción de los usuarios.

b) Específicos:

- Preparar y ampliar los conocimientos requeridos para los operadores del centro de control.
- Capacitar a los operadores del centro de control respecto a las funciones, procedimientos, reglamentos que debe tener el área
- Ayudar a la preparación de los operadores para la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en el área.

II. IMPLANTACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

En base a la información obtenida en las encuestas realizadas a los usuarios libres, se considerará los siguientes temas.

Se considera realizar la capacitación sobre los conceptos básicos de la electricidad, capacidades requeridas para el área, el servicio de atención al cliente como factor fundamental para la satisfacción.

Así mismo, informar y concientizar sobre el servicio al cliente, clientes satisfechos, la empatía, Capacidad de trabajo en equipo, manejo de conflictos y de quejas de los clientes, Medios de pago y conocimientos básicos de la estructura del recibo de luz.

Tabla 27
Cronograma de capacitación

CRONOGRAMA		
HORARIO	TEMARIO	EXPOSITOR
08:00 - 08:20	¿Qué es el servicio al cliente?	Encargada del área de gestión de talento
08:21-08:45	¿Qué significa clientes satisfechos?	Encargada del área de gestión de talento
08:46-09:00	El servicio al cliente como factor fundamental de la satisfacción	Encargada del área de gestión de talento
09:01-09:15	La empatía	Encargada del área de gestión de talento
09:16-09:35	Capacidad de trabajo en equipo	Encargada del área de gestión de talento
09:36-10:00	Manejo de conflictos y quejas de los usuarios	Encargada del área de gestión de talento
10:01-10:10	BREAK	
10:11-10:30	Capacidades requeridas para el área	Jefe del área del centro de control
10:31-11:00	Conceptos básicos de electricidad	Encargado del área técnica
11:01-11:15	Medios de pago	Encargado del área de facturación
11:16-11:35	Conocimiento básico de la estructura del recibo de luz	Encargado del área de facturación
11:36-12:00	CONSULTAS	

Fuente: Elaboración propia

III. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAPACITACIÓN

La capacitación se evaluará realizando un post test de los temas tratados, el cual será elaborado por el área de Recursos Humanos.

Posteriormente se realizará un feedback trimestralmente donde se observará, si los operadores del centro de control aplican lo aprendido.

PROCEDIMIENTOS DE ALGUNOS ESCENARIOS

A continuación, se realizó procedimientos como aportes ante algunos escenarios no muy cotidianos para una mejor atención a los usuarios libres de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. en los siguientes casos:

1. Para esquema de rechazo automático de carga por mínima frecuencia (ERACMF):

Es un mecanismo de desconexión de carga por acción automática de uno o varios relés, con el objetivo de asegurar la estabilidad de la frecuencia ante grandes desbalances de generación y evitar un apagón total en un sistema de potencia evitando que estos se expongan a prolongadas desviaciones de frecuencia.

Tabla 28
Actividades del operador en un escenario de ERAC

1.1. Actividades del Operador en un escenario de ERAC.					
1.1 OPE	- El operador recepciona la comunicación del cliente informando que se activó su relé.				
1.2 OPE	- Informar al COES para determinar si hay algún evento que afectó la frecuencia del SEIN				
1.3 OPE	<table border="0"><tr><td style="text-align: center;">Se confirma ERACMF</td><td style="text-align: center;">Se confirma que no hubo ERACMF</td></tr><tr><td style="text-align: center;">Seguir con el Procedimiento</td><td style="text-align: center;">Llamar al cliente e informar que retome la carga rechazada</td></tr></table>	Se confirma ERACMF	Se confirma que no hubo ERACMF	Seguir con el Procedimiento	Llamar al cliente e informar que retome la carga rechazada
Se confirma ERACMF	Se confirma que no hubo ERACMF				
Seguir con el Procedimiento	Llamar al cliente e informar que retome la carga rechazada				
1.4 OPE	- De manera inmediata llamar al cliente e informar el motivo y solicitar que mande las fotos y el archivo COMTRADE de su relé para remitir el informe				
1.5 OPE	- Dentro de las 2.5 horas enviar un correo con el formato adjunto con los datos del cliente y la cantidad de potencia rechazada				
1.6 OPE	- Comunicarse con los clientes afectados una vez que el COES nos notifique que el evento ya fue superado y pueden retomar la carga rechazada.				
1.7 OPE	- Dentro de las 60 horas realizar el informe final y cargarlo al portal Web de Osinergmin				
1.8 OPE	- Enviar por correo a los clientes afectados por el evento la evidencia de reportar la actuación del relé al portal Web de Osinergmin.				

Fuente: Elaboración propia

2. Para rechazo manual de carga (RMC):

Se rechaza carga cuando se presente déficit de potencia en el SEIN o parte de este, como consecuencia de salidas programadas o forzadas de equipos, caudales bajos en los ríos, escasez de combustibles, entre otros. Asimismo, se rechaza carga en caso de sobrecargas de equipos y/o problemas de tensión. Tiene como objetivo mantener la integridad del SEIN, el control de las tensiones y la frecuencia del SEIN de acuerdo con la NTCSE.

Tabla 29
Actividades del operador en un escenario de RMC

Actividades del Operador previo a un escenario de RMC.		
1.1	OPE	- El Operador revisa, de manera diaria, las publicaciones de la página del COES. Asimismo, estar atento a las comunicaciones que se reciban vía correo electrónico.
1.2	OPE	- Comunica al CLIENTE sobre las posibles restricciones de carga que se pueden presentar durante la Operación del SEIN.
Maniobras del Operador durante un escenario de RC.		
2.1	OPE	- Recibe la orden del COES para la ejecución de Rechazo de Carga.
2.2	OPE	- De manera inmediata, comunica al cliente de la orden del COES. Asimismo, informa al CLIENTE, el motivo, la magnitud a rechazar y el periodo aproximado de ejecución del RMC.
2.3	OPE	- Informa al cliente de la culminación del RMC.
2.4	OPE	- Posterior al RMC, debe enviar la información solicitada por el COES.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Los resultados estudiados en la calidad de servicio revelan que la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. presenta mayor déficit en los aspectos de fiabilidad y capacidad de respuesta. Al contrario de la empatía y satisfacción. Sin embargo, se puede mejorar y superar la expectativa de los usuarios libres, ya que mientras la empresa ofrezca un mejor servicio mejorará los resultados.

Se logró identificar en la dimensión fiabilidad que el área del centro de control presentó un porcentaje alto en las deficiencias respecto a cumplimientos y modo de atención, esto nos indica que los usuarios libres se encuentran desconfiados, descontentos y no tienen un buen concepto de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

Se llegó a identificar en la capacidad de respuesta que el área del centro de control no realiza seguimientos y hay demora en la atención de las solicitudes y/o requerimientos de los usuarios, lo que genera inseguridad en los clientes.

En la dimensión empatía el área del centro de control muestra resultados no óptimos para el beneficio de la empresa, ya que se identificó falta de interés, confianza de los operadores hacia los usuarios libres, ocasionando que los usuarios se desvinculen de la empresa.

Se evidenció que la satisfacción de los usuarios libres del área del centro de control es no favorable para la empresa, ya que no se está cubriendo las expectativas de los usuarios; es por ello que la calidad de servicio es un determinante de suma importancia, ya que su buen manejo permitirá el incremento de usuarios libres y de los recursos lo cual beneficiará a la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. tomar en consideración esta investigación, que es de vital importancia, más aún en las dimensiones de fiabilidad y capacidad y hacer uso del programa de capacitación realizado en el presente trabajo para lograr disminuir las carencias del servicio prestado y la percepción que tienen los usuarios libres de la empresa, a fin de evidenciar resultados positivos.

Se recomienda a los operadores del centro de control hacer uso de materiales de apoyo para tomar nota de cada pendiente que pactan con los usuarios, agregando los datos personales para devolver la llamada y estar en constante comunicación hasta brindarle la información prometida o acordada.

Se recomienda a la empresa que los operadores deben hacer uso de los procedimientos dejados en el presente trabajo y de esa manera seguir creando más procedimientos de todas sus actividades que realizan, crear *speech*, plantillas de correos tipo para minimizar el tiempo de atención y de esa forma tener tiempo para culminar otras tareas.

Se recomienda hacer uso del programa de capacitación a fin de concientizar a los operadores del centro de control en materia de trabajo en equipos, información sobre la importancia del cliente en una empresa para ganarnos la confianza generando vínculos con los clientes.

Se recomienda a la empresa hacer uso del programa de capacitación en todos los puntos propuestos a tratar con la finalidad de superar las expectativas de los usuarios libres y de esa manera lograr que se encuentren satisfechos con el servicio que reciben. Gracias a ello la empresa se mantendrá en el mercado energético con buenas referencias a más usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiluisa, J. (2015). La Calidad del servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tour C.A. de la ciudad de Latacunga. (*tesis de licenciamiento*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Crosby, P. (1990). *Marketing y Gestión de Servicios*. España, madrid: Christian Gromnroos.
- Davila, K., & Flores, M. (2017). Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el cántaro E.I.R.L. de Lambayeque. (*tesis de licenciamiento*). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque, Chiclayo, Perú.
- Deming, E. (2008). *Administración de la Calidad Total*. México: Pax Mexico.
- Feigenbaum, A. (2008). *Administración de la Calidad Total*. México: Pax Mexico.
- Grande Esteban, I. (1996). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gronroos, C. (1990). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2010). *Services Marketing*. USA: south western.
- Ishikawa, K. (2008). *Administración de la Calidad Total*. México: Pax Mexico.
- Juran, J. (2008). *Administración de la Calidad Total*. México: Pax Mexico.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio de Marketing a la Estrategía*. Madrid, España: Diaz De Santos S.A.
- Parasumaran, A. (1999). *La Gestión de la Calidad en la Administración Pública*. España: Diaz de Santos S.A.

Quispe, A. (2018). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente del PATPAL-FBB, San Miguel, 2018. (*Tesis de Licenciamiento*). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Reyes, S. (2014). Calidad del Servicio para Aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango. (*Tesis de licenciamiento*). Universidad Rafael Landívar, Huehuetenango, Guatemala.

Zeithaml, Parasuraman, & Berry. (1992). *calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

ANEXOS

SOLICITUD

Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad

SOLICITO: Permiso para Aplicación de Encuestas para Elaboración del Trabajo de Suficiencia Profesional

Sr. Guillermo Cox
GERENTE GENERAL

Yo, Luzmila Hurtado Collante, identificada con DNI N° 72868781, domiciliada en la Calle Fronteras Vivas, Mz G Lt 7 en San Juan de Miraflores; ante usted con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Actualmente vengo cursando el programa de titulación con la modalidad de suficiencia profesional en la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, con el fin de optar el título de Licenciada en Administración de Empresas, para obtener el título correspondiente por ello vengo elaborando mi trabajo de suficiencia profesional, viéndome en la necesidad de aplicar mi encuesta sobre "Calidad de Servicios" y "Satisfacción de los Usuarios", ya que mi población son todos los usuarios libres de vuestra empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C.

Así mismo debo precisar que la encuesta no perjudicará a la empresa, sino al contrario de acuerdo al resultado obtenido le brindaré una propuesta de mejora.



POR LO EXPUESTO:

Es derecho del que espero alcanzar.

Lima, 11 marzo del 2019


Luzmila Hurtado Collante
DNI 72868781

ENCUESTAS



Estimado usuario libre el presente cuestionario es parte de una investigación titulada "CALIDAD DE SERVICIO A USUARIOS LIBRES EN EL ÁREA DE CENTRO DE CONTROL DE LA EMPRESA ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C."

Tenga usted nuestro cordial saludo y de ante mano nuestro agradecimiento por colaborar con el llenado de la encuesta que es totalmente anónima.

Considerar lo siguiente y marcar con un aspa:

1	Siempre
2	A veces
3	Nunca

Fiabilidad			
1. ¿Cuándo presenta un problema, la empresa y los operadores del centro de control le brindan información confiable?	1	2	3
2. ¿Cuándo el operador del centro de control promete algo en un cierto tiempo, lo cumple?	1	2	3
3. ¿Mis solicitudes y requerimientos en el servicio de energía eléctrica se han atendido en el tiempo que considero prudente?	1	2	3
Capacidad de respuesta			
4. ¿Cuándo se comunica con el centro de control en distintos horarios, todos los operadores tienen la misma disposición de atención desde el inicio y termino de la comunicación?	1	2	3
5. ¿Los operadores del centro de control se demoran en contestar el teléfono o correo electrónico cuando usted tiene alguna emergencia?	1	2	3
6. ¿Cuándo su trámite toma tiempo se les ha dado seguimiento a sus requerimientos y/o consultas hasta finalizar la atención del mismo?	1	2	3
Empatía			
7. ¿El operador del centro de control que lo atiende, le inspira confianza?	1	2	3
8. ¿Cuándo se comunica con el operador del centro de control lo trata con amabilidad, respeto y paciencia?	1	2	3
9. ¿El operador del centro de control muestra interés y preocupación por resolver y brindarle solución a sus consultas o requerimientos?	1	2	3



UNIVERSIDAD
NACIONAL TECNOLÓGICA
DE LIMA SUR

Estimado usuario libre el presente cuestionario es parte de una investigación titulada "CALIDAD DE SERVICIO A USUARIOS LIBRES EN EL ÁREA DE CENTRO DE CONTROL DE LA EMPRESA ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C."

Tenga usted nuestro cordial saludo y de ante mano nuestro agradecimiento por colaborar con el llenado de la encuesta que es totalmente anónima.

Considerar lo siguiente y marcar con un aspa:

1	Muy en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C. SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
1. ¿Se encuentra satisfecho en cuanto a las atenciones recibidas por los operadores del centro de control?	1	2	3	4	5
2. ¿Considera que los operadores del centro de control brindan un buen servicio?	1	2	3	4	5
3. ¿Considera usted que el operador del centro de control de Eléctrica Santa Rosa desempeña las mismas o más funciones que el operador de su suministrador de energía eléctrica anterior?	1	2	3	4	5
4. ¿Considera que hay actitudes en los operadores del centro de control que deberían mejorarse?	1	2	3	4	5
5. ¿La atención que brindan los operadores del centro de control es lo que usted esperaba?	1	2	3	4	5
6. Según su percepción de calidad de servicio, ¿usted renovaría contrato con Eléctrica Santa Rosa como suministrador de energía eléctrica?	1	2	3	4	5
7. Recomendaría a Eléctrica Santa Rosa ante otras empresas para ser su suministrador de energía eléctrica	1	2	3	4	5

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: CALIDAD DE SERVICIO A USUARIOS LIBRES EN EL ÁREA DE CENTRO DE CONTROL DE LA EMPRESA ELÉCTRICA SANTA ROSA S.A.C.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo es la situación actual de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Cómo es la fiabilidad de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres?</p> <p>¿Cómo es la capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres?</p> <p>¿Cómo es la empatía de la calidad de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres?</p> <p>¿Cómo es la satisfacción en la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Describir la situación actual de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Describir la fiabilidad de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres</p> <p>Describir la capacidad de respuesta de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres.</p> <p>Describir la empatía de la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres</p> <p>Describir la satisfacción en la calidad de servicio que brinda el área de centro de control de la empresa Eléctrica Santa Rosa S.A.C. a Usuarios libres.</p>	CALIDAD DE SERVICIO	La calidad del servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades	Fiabilidad	Información confiable Cumplimiento de servicio. Servicio oportuno
				Capacidad de respuesta	Disposición Rapidez del servicio Seguimiento a las atenciones
				Empatía	Confianza Trato al usuario libre Interés y preocupación por el cliente
				satisfacción	Satisfecho Percepción del servicio Experiencia Actitud del operador Expectativa en la atención Renovación Recomendación

PRESUPUESTO

Tabla de presupuesto

DESCRIPCIÓN	MONTO (SOLES)
PERSONAL	
Derecho de inscripción	S/. 3,600.00
Comida	S/. 720.00
EQUIPOS TECNOLÓGICOS	
Laptop	S/. 1,500.00
Impresora (tintas)	S/. 300.00
Internet	S/. 300.00
TRANSPORTE	
Pasajes (5 meses)	S/. 900.00
MATERIALES	
USB	S/. 50.00
CDS	S/. 20.00
Libros	S/. 400.00
Fotocopia	S/. 100.00
Anillados	S/. 50.00
Hojas	S/. 30.00
Materiales de escritorio	S/. 50.00
TOTAL DE COSTO	S/. 8,020.00

FOTOS








BOLETÍN INFORMATIVO

El presente boletín es un aporte que realicé para que pueda ser entregado a los usuarios libres una vez que firmen contrato con Eléctrica Santa Rosa S.A.C., a fin de tengan conocimiento cuáles son las responsabilidades al ser un cliente no regulado.



**Centro de Control
Eléctrica Santa Rosa**

Dedicado al monitoreo y la operación de nuestros clientes 24x7

- Coordinaciones con el COES en tiempo real
- Gestión de cortes programados a solicitud del cliente
- Elaboración de Informes ante activaciones de ERACMF y Rechazo Manual de Carga
- Servicio de atención al cliente de primer nivel

ELECTRICA SANTA ROSA
Avenida Pardo y Aliaga 675 piso 3, San Isidro

VOLANTE INFORMATIVO





ESTIMADO CLIENTE, LA PRESENTE INFORMACIÓN CORRESPONDE A VUESTROS DEBERES Y OBLIGACIONES COMO USUARIO LIBRE DEL SECTOR ELÉCTRICO

Base legal:

- Decreto Ley N° 25844.-Ley de Concesiones Eléctricas.
- Ley N° 28832.- Ley para Asegurar el Desarrollo Eficiente de la Generación Eléctrica.
- Decreto Supremo N° 009-93-EM.- Reglamento de la Ley de Concesiones Eléctricas.

- Decreto Supremo N° 027-2008-EM.- Reglamento del Comité de Operación Económica del Sistema.
- Decreto Supremo N° 020-97-EM. - Norma Técnica de Calidad de los Servicios Eléctricos (NTCSE).
- Decreto Supremo N° 022-2009-EM.- Reglamento de Usuarios Libres de Electricidad.
- Resolución Directoral N° 014-2005-EM/DGE - Norma Técnica para la Coordinación de la Operación en Tiempo Real de los Sistemas Interconectados (NTCOTRSI).
- Procedimiento Técnicos COES.

Asimismo, las normas modificatorias de los dispositivos antes mencionados y las normas complementarias y reglamentarias del sector eléctrico, así como sus disposiciones complementarias y modificatorias.

Esquema de Rechazo Automático de Carga por Mínima Frecuencia (ERACMF)

Dispuesto y supervisado por OSINERGMIN.

Consiste en la instalación de un equipo de protección en vuestras instalaciones el cual se activará ante una eventualidad en Sistema Interconectado Nacional (SEIN).

El cronograma de implementación y actualización (en caso de ya tenerlo instalado), comienza en octubre de cada año.

Rechazo Manual de Carga

Es una situación operativa que se presenta ante déficit de potencia activa y/o reactiva en el SEIN o parte del mismo, como consecuencia de salidas programadas o forzadas de equipos, caudales bajos en los ríos, escasez de combustibles y en caso de sobrecargas de equipos y/o problemas de tensión.

Ante esta eventualidad nuestro Centro de Control de Controlará con ustedes para solicitarles que disminuyan carga consumida en dicho momento.

Estas maniobras son ordenadas por el COES (Comité de Operación Económica del Sistema) y supervisada por OSINERGMIN.



INFORMACIÓN DEL MERCADO ENERGÉTICO

