



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**INSTITUTO DE POSTGRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA  
TEMA:**

**INDICADORES DE GESTIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL –  
CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD SANTA ELENA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN MODALIDAD INFORME DE  
INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**AUTOR :**

**ING. ARANA CLEMENTE HENRY STEVEN**

**TUTOR:**

**PhD. CARLOS RAÚL CARPIO FREIRE**

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**2023**

## DEDICATORIA

A la memoria de mi padre.

Al deseo incesante de mi madre, de ver a su hijo cumplir sus metas y ser un gran profesional y sobre todo por caminar a mi lado en toda mi vida estudiantil.

Al igual que en mi trabajo para obtener el título de tercer nivel, a todos esos jóvenes que salen a temprana edad de sus hogares, contra todas sus posibilidades y pronósticos en búsqueda de sus sueños, y por batallar a diario una la lucha imparable de ser mejores seres humano y grandes profesionales.

*Henry Steven Arana Clemente*

## AGRADECIMIENTO

A el rey supremo por brindarme la dicha y bendición de vivir, con buena salud, objetivos siempre en mente, por darme paciencia, por permitirme ser constante ante las adversidades, y por sobre todo darme inteligencia y sabiduría para librar obstáculos y cumplir cada una de mis metas.

Agradecer a tan prestigiosa y loable alma mater, **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**, por brindar la oportunidad a muchos jóvenes, padres y madres de familia para obtener una beca y hoy ser parte de este selecto grupo de nuevos profesionales dispuestos al servicio de nuestro país.

A cada uno de los maestros que impartieron sus conocimientos y consejos en los doce módulos del programa, y a cada uno de los compañeros que cada fin de semana tras una cámara dábamos a la clase esa chispa de actividad y dinamismo único que siempre será recordado.

*Henry Steven Arana Clemente*

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, “ **INDICADORES DE GESTIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL – CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD SANTA ELENA**”, elaborado por el maestrando Ing. Henry Steven Arana Clemente, egresado de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CUARTA COHORTE**, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magíster en la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CUARTA COHORTE**, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....

PhD. Carlos Raúl Carpio Freire

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Mgrt. Herman Zúñiga Muñoz

**COORDINADOR DEL  
PROGRAMA**

---

Mgrt. Divar Castro Loor

**DOCENTE ESPECIALISTA 1**

---

Mgrt. José Tomalá Uribe

**DOCENTE ESPECIALISTA 2**

---

PhD. Raúl Carpio Freire

**DOCENTE TUTOR**

---

Ab. María Rivera González, Mgtr.

**SECRETARIA GENERAL**

## DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Henry Steven Arana Clemente

DECLARO QUE:

El Trabajo del Proyecto de Investigación ***“INDICADORES DE GESTIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL – CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD SANTA ELENA”***, previa la obtención del Grado Académico de ***MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA***, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total y plena autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad de los datos, resultados y alcance científico del trabajo de titulación.


Santa Elena, 7 de diciembre del 2023

**EL AUTOR**

**Ing. Henry Steven Arana Clemente**

## CERTIFICADO ANTIPLAGIO

En mi calidad de tutor del presente informe de investigación **“INDICADORES DE GESTIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL – CORPORACIÓN NACIONAL DE ELECTRICIDAD SANTA ELENA”**, elaborado por el maestrando ING. HENRY STEVEN ARANA CLEMENTE egresado de la Maestría en Administración Pública, Cohorte IV de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magíster en Administración Pública, me permito declarar que una vez analizado el anti-plagio COMPILATIO, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado se encuentra con el 7% de la estimación permitida, por lo consiguiente se procede a emitir el presente informe. Adjunto reporte de similitud.




**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
*magister*

### INFORME DE INVESTIGACIÓN

## Arana

7%  
Textos sospechosos



6% Similitudes  
< 1% similitudes entre comillas  
< 1% Idioma no reconocido  
0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: INFORME DE INVESTIGACIÓN Arana.docx  
 ID del documento: 971c49a95c4ddff1d0de693dfb11b6f2054d03ca  
 Tamaño del documento original: 1,9 MB

Depositante: Carlos Raul Carpio Freire  
 Fecha de depósito: 29/11/2023  
 Tipo de carga: interface  
 fecha de fin de análisis: 29/11/2023

Número de palabras: 23.839  
 Número de caracteres: 155.629

---

PhD. Carlos Raúl Carpio Freire

**TUTOR**

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	IV
TRIBUNAL DE GRADO.....	V
DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR.....	VI
CERTIFICADO ANTIPLAGIO .....	VII
ÍNDICE.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRAC.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
Situación Problemática .....	2
Formulación del Problema.....	4
Justificación .....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos .....	6
Planteamiento de Hipótesis .....	6
Hipótesis Nula .....	6
Hipótesis Alternativa .....	6
CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO .....	7
1.1 Variable de Investigación: Indicadores de Gestión.....	7
1.1.1 Normativa Argentina .....	7
1.1.2 Normativa Brasil .....	8
1.1.3 Normativa Panamá .....	8
1.1.4 Antecedente Ecuatoriano.....	10
1.2 Bases Teóricas.....	11



1.2.1 Indicador de Gestión: .....	11
1.2.2 Características .....	12
1.2.3 Beneficios .....	13
1.2.4 Indicadores Globales del Servicio Comercial .....	14
1.2.5 Nuevos Servicios Atendidos.....	15
1.2.6 Nuevos Servicios Conectados .....	15
1.2.7 Plazos de Atención y Conexión.....	15
1.2.8 Errores de Facturación.....	16
1.2.9 Reclamos .....	16
1.2.10 Tiempos de Resolución de Reclamos.....	16
1.3 Variable de Investigación: Calidad del Servicio Comercial .....	17
1.4 Bases Teóricas.....	19
1.4.1 Calidad del Servicio .....	19
1.4.2 Gestión de la Calidad .....	20
1.5 Gestión de la Calidad por Procesos .....	20
1.5.1 Calidad del Servicio Comercial.....	21
1.5.2 Atención al Cliente.....	22
1.5.3 Satisfacción al Cliente.....	22
1.5.4 Modelo Servperf.....	23
1.5.5 Dimensiones del modelo Servperf .....	24
1.5.6 Tangibilidad.....	24
1.5.7 Fiabilidad.....	25
1.5.8 Capacidad de Respuesta .....	25
1.5.9 Seguridad.....	25
1.5.10 Empatía.....	25

1.6 Marco Legal.....	26
1.7 Constitución de la República .....	26
1.7.1 Sectores Estratégicos, servicios y empresas públicas .....	26
1.8 Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE) .....	26
1.8.1 Disposiciones Fundamentales .....	26
1.8.2 Derechos de los consumidores o usuarios finales .....	26
1.8.3 Obligaciones de los consumidores o usuarios finales .....	27
1.8.4 De la Distribución y Comercialización .....	27
1.9 Reglamento General de la Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (RGLOSPEE).....	28
1.9.1 Sección IV – Distribución y Comercialización .....	29
CAPÍTULO II : METODOLOGÍA .....	31
2.1 Contexto de la Investigación .....	31
2.2 Tipo y diseño de la Investigación .....	31
2.2.1 Investigación Descriptiva:.....	31
2.2.2 Investigación Documental:.....	31
2.3 Métodos de Investigación .....	32
2.3.1 Enfoque Cualitativo.....	32
2.3.2 Enfoque Cuantitativo.....	32
2.4 Población y Muestra .....	32
2.5 Determinación del tamaño de la muestra.....	33
2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	34
2.6.1 Encuesta.....	34
2.6.2 Entrevista .....	34
2.6.3 Procesamiento de Datos .....	34
CAPÍTULO III : RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	35

3.1 Validez del instrumento .....	35
3.2 Presentación y Análisis de los Resultados .....	36
3.2.1 Encuesta.....	36
3.2.2 Análisis General de la Encuesta .....	58
3.2.3 Análisis de Entrevista.....	62
3.2.4 Comprobación de Hipótesis .....	64
3.3 Discusión .....	67
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	69
4.1 Justificación: .....	69
4.2 Importancia: .....	70
4.3 Objetivo: .....	70
4.4 Plan de mejora continua.....	71
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74
BIBLIOGRAFÍA .....	76
ANEXOS .....	82

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> Plazo de Conexión de Nuevos Suministros .....	7
<b>Tabla 2</b> Tiempos de Conexión de Suministro - Panamá .....	9
<b>Tabla 3</b> Porcentaje mínimo de Indicador – CNS Panamá.....	9
<b>Tabla 4</b> PRR – Porcentaje de Resolución de Reclamos - Panamá.....	10
<b>Tabla 5</b> Indicadores de Servicio Comercial – CNEL STE.....	14
<b>Tabla 6</b> Plazos de Atención y Conexión de Nuevos Servicios - Ecuador.....	15
<b>Tabla 7</b> Tiempos de Resolución de Reclamos Comerciales .....	16
<b>Tabla 8</b> Dimensiones y Características del modelo Servperf .....	24
<b>Tabla 9</b> Datos para el cálculo de muestra .....	33
<b>Tabla 10</b> Validez del instrumento de información .....	35
<b>Tabla 11</b> Resumen General de Encuestas .....	58
<b>Tabla 12</b> Puntuación – Escala de Calidad.....	61
<b>Tabla 13</b> Estadístico para la muestra.....	65
<b>Tabla 14</b> Prueba para la muestra .....	66
<b>Tabla 15</b> Actividades y beneficios de la propuesta.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Ciclo PDCA de Ishikawa .....	21
<b>Figura 2</b> Afirmación 1 - Elementos Tangibles SERVPERF .....	36
<b>Figura 3</b> Afirmación 2 - Elementos Tangibles SERVPERF .....	37
<b>Figura 4</b> Afirmación 3 - Elementos Tangibles SERVPERF .....	38
<b>Figura 5</b> Afirmación 4 - Elementos Tangibles SERVPERF .....	39
<b>Figura 6</b> Afirmación 5 Fiabilidad – SERVPERF .....	40
<b>Figura 7</b> Afirmación 6 Fiabilidad – SERVPERF.....	41
<b>Figura 8</b> Afirmación 7 Fiabilidad – SERVPERF.....	42
<b>Figura 9</b> Afirmación 8 Fiabilidad – SERVPERF.....	43
<b>Figura 10</b> Afirmación 9 Fiabilidad – SERVPERF.....	44
<b>Figura 11</b> Afirmación 10 Capacidad de Respuesta – SERVPERF .....	45
<b>Figura 12</b> Afirmación 11 Capacidad de Respuesta – SERVPERF .....	46
<b>Figura 13</b> Afirmación 12 Capacidad de Respuesta – SERVPERF .....	47
<b>Figura 14</b> Afirmación 13 Capacidad de Respuesta – SERVPERF .....	48
<b>Figura 15</b> Afirmación 14 Seguridad – SERVPERF.....	49
<b>Figura 16</b> Afirmación 15 Seguridad – SERVPERF.....	50
<b>Figura 17</b> Afirmación 16 Seguridad – SERVPERF.....	51
<b>Figura 18</b> Afirmación 17 Seguridad – SERVPERF.....	52
<b>Figura 19</b> Afirmación 18 Empatía – SERVPERF.....	53
<b>Figura 20</b> Afirmación 19 Empatía – SERVPERF.....	54
<b>Figura 21</b> Afirmación 20 Empatía – SERVPERF.....	55
<b>Figura 22</b> Afirmación 21 Empatía – SERVPERF.....	56
<b>Figura 23</b> Afirmación 22 Empatía – SERVPERF.....	57
<b>Figura 24</b> Medias por dimensión - Modelo Servperf .....	59
<b>Figura 25</b> Ejes de acción para la mejora continua de la Calidad del Servicio Comercial.....	70

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en la evaluación de la Calidad del Servicio Comercial que ofrece CNEL EP UN Santa Elena, haciendo el contraste desde dos puntos de vista, el primero en lo dispuesto por la regulación ARCERNNR 002/20, que evalúa la calidad por medio de indicadores globales del área comercial y el segundo punto de vista la calidad desde la percepción de los usuarios.

El análisis de los indicadores del 2022 dictaminó ante el ente regulador que se ofreció un servicio de calidad, sin embargo, existió una gran cantidad de reclamos y solicitudes de diversa índole atendidos y no atendidos. Uno de los principales objetivos de esta investigación fue verificar, que, si CNEL realiza la evaluación de la calidad por medio de los usuarios, efectivamente se lograría mejorar la percepción del servicio que estos están recibiendo.

El trabajo fue realizado en la Unidad de Negocio Santa Elena, específicamente en el área comercial, con epicentro en el área de atención al cliente, con la ayuda de profesionales y clientes de diferentes partes de la provincia.

Para obtener los objetivos planteados, se revisaron bases teóricas y antecedentes, así como la aplicación de metodología de investigación descriptiva, con enfoque cualitativo y cuantitativo, reforzado con entrevistas y encuestas, para determinar por medio del modelo Servperf que la percepción de la calidad del servicio por parte de los usuarios es regular, un 67,8% en la escala, dejando un claro mensaje que CNEL EP tiene acciones por ejecutar para mejorar este resultado.

Producto de la investigación surge una propuesta que consiste en un plan de mejora continua para el servicio comercial denominado “Gestión de la calidad para mejoras continuas en el Servicio Comercial de CNEL STE” con línea base la calidad del servicio y tres ejes de acción, las operaciones comerciales, capacitaciones y atención al cliente.

**Palabras claves:** Indicadores, Regulación, Calidad, Servicio, Clientes.

## ABSTRAC

This research work is focused on the evaluation of the Commercial Service Quality offered by CNEL EP UN Santa Elena, making the contrast from two points of view, the first in the provisions of the regulation ARCERNNR 002/20, which evaluates the quality through global indicators of the commercial area and the second point of view from the quality from the perception of users.

The analysis of the 2022 indicators showed to the regulator that a quality service was offered; however, there were a large number of complaints and requests of various kinds that were attended and not attended. One of the main objectives of this research was to verify that, if CNEL carries out the evaluation through the users, it would effectively improve the perception of the service they are receiving.

The work was carried out in the Santa Elena Business Unit, specifically in the commercial area, with the epicenter in the customer service area, with the help of professionals and customers from different parts of the province.

To obtain the objectives set, theoretical bases and background were reviewed, as well as the application of descriptive research methodology, with qualitative and quantitative approach, reinforced with interviews and surveys, to determine through the Servperf model that the perception of the quality of service by users is regular, 67.8% on the scale, leaving a clear message that CNEL EP has actions to implement to improve this result.

As a result of the research, a proposal arises, which consists of a continuous improvement plan for the commercial service called "Quality management for continuous improvement in the Commercial Service of CNEL STE" with a baseline of service quality and three lines of action, commercial operations, training and customer service.

**Key words:** Indicators, Regulation, Quality, Service, Customers.

## INTRODUCCIÓN

El servicio de electricidad, al igual que demás servicios públicos bajo los preceptos de la Constitución de la República, serán brindados a los ecuatorianos bajo los principios de obligatoriedad, eficiencia, continuidad, accesibilidad y sobre todo calidad.

Con una extensión y cobertura del 45,05% en territorio ecuatoriano, la Corporación Nacional de Electricidad se encarga de comercializar y distribuir el servicio eléctrico hacia los hogares de millones de ecuatorianos, la prestación de servicio se encuentra normada y regulada por el ente fiscalizador ARCERNNR (Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales no Renovables), mismo que es el encargado de evaluar y sancionar las condiciones y calidad con la que se presta el servicio.

La evaluación de la calidad del servicio comercial que ofrece CNEL EP y sus diferentes unidades de negocios, en lo estipulado por el ente regulador, se realiza mediante la comprobación de los índices de calidad del área comercial, ya que según (Boada & Alzate, 2020) los indicadores son elementos claves para la evaluación, facilitan la toma de decisiones, ajuste de los procesos que estén de la mano con mejores resultados, comparando periódicamente con las metas planteadas dentro de la organización

En una sociedad en donde la demanda de servicios básicos crece exponencialmente y con usuarios cada vez más exigentes por servicios de calidad, hacen que las empresas prestadoras de servicios tomen medidas de acción en búsqueda de este objetivo primordial dentro de sus planes estratégicos, ofrecer servicios de calidad que les permita tener usuarios y clientes satisfechos, ya que son estos quienes al final emiten su juicio de valor.

Una organización que brinda servicios de calidad, determinado por la evaluación del ente rector y la percepción de los usuarios, en el mercado se vuelve más competitiva y rentable, en un mundo globalizado que con el pasar de los días se vuelve más desafiante e invita a la sociedad y organizaciones a salir de su zona de confort y adaptarse a cambios.



## **Situación Problemática**

En la última década los países latinoamericanos han presentado avances realmente significativos en sus matrices energéticas para la provisión de electricidad, sin embargo estudios realizados en países latinos según la Organización Latinoamericana de Energía en el 2009 detalla que la cobertura de electricidad en la región pasó del 88% a 97%, a su vez aclaran que la conexión al servicio es solo una condición necesaria, pues para que esta sea realmente de provecho y de utilidad en los hogares es primordial que el servicio sea prestado de manera confiable y suficiente, temas y factores que conllevan a la calidad del producto ofrecido.

Por lo tanto, la calidad del servicio se convierte en un factor de estudio por el impacto económico y social que produce en el ámbito eléctrico y comercial, ya que niveles bajos de calidad producen efectos negativos en la satisfacción del cliente e impacta la productividad, a nivel empresa y hogar. (Levy & Carrasco, 2020)

Al hablar de países latinos como ejemplo podemos mencionar en primer instancia Venezuela que ha sido un territorio que ha atravesado una serie de circunstancias en el sector eléctrico como el famoso apagón nacional de 4 días, mencionan (Torres et al., 2010) que las regulaciones eléctricas deben alinearse a la realidad social del servicio y la calidad que demanda el usuario, haciendo énfasis en que a los indicadores de gestión deben sumarse factores de calidad que evalúen la interacción entre la distribuidora y los usuarios en lo que respecta a la facturación, atención a requerimientos, resolución de quejas y notificaciones en general.

Mientras que en territorio peruano según estudio de (Castañeda et al., 2015) en el sector eléctrico la calidad del servicio se vuelve un problema y esto se ve reflejado en la evolución poco satisfactoria de indicadores, vinculados a contrastar medidores, interrupciones de servicios, entre otros, que como consecuencia se presenta la insatisfacción de los usuarios residenciales frente al servicio recibido.

En Ecuador específicamente en la Unidad de Negocio Guayaquil según análisis de Otero (2016) en su trabajo concluye que existe una brecha entre la distribuidora y el ente regulador en el cumplimiento de los indicadores de gestión, un desfase de días entre lo ejecutado y lo normado que impide el cumplimiento de las solicitudes, generando un servicio no conforme a los usuarios.

La Unidad de Negocio Santa Elena para la evaluación de la Calidad del Servicio Comercial cuenta con siete indicadores de gestión (ANS, CNS, PEF, TPR, PRR, PRS, PRC) operando dentro del área comercial, mismos que le permiten medir el desempeño, cumplimiento de sus objetivos mensuales, así como también la atención que recibe el usuario final y la percepción de satisfacción del servicio por parte de estos, tal como menciona la Regulación Nro. ARCERNNR 002/20 – Calidad del servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica.

Del análisis de la base CAL-010 (Índices Globales de Calidad del Servicio Comercial) periodo 2022 se presentan los siguientes casos:

- Se presentaron un total de 6533 solicitudes de nuevos suministros de las cuales se atendieron 6217.
- Se presentaron un total de 6543 solicitudes de conexión de suministro de las cuales se conectaron 5445.
- 1045 facturas con errores.
- 6794 reclamos comerciales de diversa índole, de los cuales se atendieron 6104.
- 72095 reconexiones de servicios solo fueron reconectados 71968 usuarios.

De las cifras presentadas solo 2 de los principales índices CNS (Conexión de Nuevos Servicios) y PRR ( Porcentaje de Resolución de Reclamos) se situaron por debajo del umbral establecido en la regulación en el año 2022, en términos generales en la evaluación de cada uno de los siete indicadores, pese a que, de las solicitudes presentadas no todas fueron atendidas dentro del periodo de ejecución, los números reportados no afecta el indicador global debido a que se cumple y superan el estándar establecido, lo que a primera instancia y bajo lo establecido en la regulación permite mencionar que el servicio comercial que ofrece CNEL Santa Elena es de calidad.

De esto nace la premisa de esta investigación, realmente cumplir de forma general con los indicadores de gestión refleja un servicio de calidad, el no alcanzar el estándar mensual en el CNS y PRR permite deducir la existencia de problemas, los usuarios atendidos y no atendidos dentro de los plazos perciben realmente un servicio de calidad.

### **Formulación del Problema**

¿El cumplimiento de los indicadores de gestión, según los estándares establecidos en la regulación implica que CNEL EP Unidad de Negocio Santa Elena ofrece un servicio comercial de calidad a los usuarios?

## **Justificación**

En la Regulación Nro. ARCERNNR 002/20 en función al informe que entreguen las empresas distribuidoras y de las acciones de control pertinente, se determina el cumplimiento o no de los índices de calidad del servicio comercial en base a los establecido en la regulación vigente.

De la evaluación de la calidad del servicio, en determinarse efectivo el no cumplimiento de los índices hará que las empresas distribuidoras tomen acciones inmediatas y pertinentes para subsanar la infracción, misma que no podrán superar un plazo máximo de 60 días contados a partir de la notificación emitida por el regulador, en caso de no cumplir se aplicará una sanción de 20 a 30 SBU según se cometa reincidencia.

El presente trabajo busca evaluar la percepción de la calidad del servicio comercial desde el punto de vista de los usuarios, ya que, bajo los preceptos de la regulación y los reportes emitidos por la distribuidora, el servicio ofrecido es de calidad, refiriéndonos a lo que dictamina la evaluación de los indicadores del área comercial.

Así mismo analizar la cantidad de reclamos y solicitudes presentadas por los usuarios en el año 2022, las que fueron atendidas y no atendidas en el periodo establecido, para determinar factores que aquejan e impiden el cumplimiento, esto a final de mes se ve reflejado en el cálculo de los indicadores respecto a los estándares dispuestos por la regulación.

Con una investigación descriptiva no experimental, aplicando metodología cualitativa y cuantitativa para el análisis de los datos, el trabajo también cita regulaciones eléctricas de países aledaños, pues se pretende tomarlas como referencias para proponer mejoras en contraste con la regulación del ente ecuatoriano.

El estudio de las variables pactadas en la investigación y los posteriores resultados, sugerencias, recomendaciones y propuestas que de este resulten serán de gran utilidad no solo para la Unidad de Negocio Santa Elena en general, sino también en cada uno de los departamentos donde los indicadores de gestión operan Atención al Cliente, Operaciones Comerciales, Servicio de Atención a Reclamos , Cortes, Reconexión y Facturación, mismos departamentos involucrados directamente con la atención y prestación de los servicios a los usuarios con demanda masiva en la concesión de la provincia de Santa Elena.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Evaluar la calidad del servicio comercial desde la percepción de los usuarios, en referencia a la base CAL-010 de indicadores reportados al ente regulador.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar de las bases teóricas y antecedentes, los factores que intervienen en el cumplimiento de los indicadores de gestión y la calidad del servicio comercial.
- Aplicar el modelo Servperf para la evaluación de la calidad del servicio comercial.
- Proponer estrategias desarrolladas en gestión de la calidad, para la mejora continua de los indicadores y la percepción de la calidad del servicio comercial por parte de los clientes.

## **Planteamiento de Hipótesis**

### **Hipótesis Nula**

Evaluar la calidad del servicio comercial a través de los usuarios, en lugar de los indicadores globales **NO** mejorará la percepción de la calidad del servicio que están recibiendo.

### **Hipótesis Alternativa**

Evaluar la calidad del servicio comercial a través de los usuarios, en lugar de los indicadores globales mejorará la percepción de la calidad del servicio que están recibiendo.

## CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO

### 1.1 Variable de Investigación: Indicadores de Gestión

En la literatura y en los reglamentos dedicados a la calidad del servicio eléctrico en países de Latinoamérica encontramos numerosos indicadores de calidad, así como similitudes entre ellos y diferencia en especial en los tiempos reglamentados para la evaluación.

Los autores (Levy & Carrasco, 2020) mencionan que más allá de considerar una valoración puntual, consideran que uno de los aspectos más relevantes de su estudio es el análisis de la evolución temporal de los indicadores, así como las normativas y fundamentos que justifiquen las tendencias que se presenten, hacen hincapié que de estas observaciones se está dando el primer paso hacia la identificación y evaluación de buenas prácticas a nivel país y empresa.

De los diversos indicadores en países latinoamericanos, se encuentran los plazos para la conexión y desconexión del suministro eléctrico, así como también la facturación con errores, el tratamiento a reclamos, teniendo en cuenta que estos ayudan a garantizar niveles de calidad mínimos para los servicios prestados por los operadores de red.

#### 1.1.1 Normativa Argentina

De la regulación eléctrica del país argentino, encontramos los plazos máximos para conexión de nuevos suministros (nuevos usuarios), descritos en la siguiente tabla.

**Tabla 1**

*Plazo de Conexión de Nuevos Suministros Argentina*

<b>Sin modificación a la red eléctrica existente</b>	
Hasta 50 KW	5 días hábiles
<b>Con Modificación a la red eléctrica</b>	
Hasta 50 KW conexión aérea	15 días hábiles
Hasta 50 KW conexión subterránea	30 días hábiles
Mayor a 50KW	Convenir con usuario

*Nota:* Tomada de las Normas de Calidad del Servicio Público y Sanciones

Plazo de reconexión del servicio, 24 horas previo pago, reinstalación del medidor 1 día hábil.

De los reclamos ya sean estos por errores de facturación, inconvenientes en la recepción de facturas, demoras en conexiones, reclamos por vía telefónica ante falta de suministro, entre otros, ante estos requerimientos del cliente la empresa deberá informarle dentro de 15 días hábiles presentado el reclamo, cual fue la resolución respecto al mismo.

En el caso de facturación la norma argentina establece que para un mismo usuario no podrán estimarse más de 3 facturas por año calendario, de esto su indicador no podrá superar el 8% en la categoría (Ente Nacional de Regulación Eléctrica, 2019).

### ***1.1.2 Normativa Brasil***

Plazo de conexión de un nuevo usuario a la red de distribución, una vez que se han aprobado las instalaciones internas y otros requisitos de rigor, según el área y zona de cobertura el ente regulador brasileño (Resolución Normativa REN 414/2010 ANEXO III) tenemos:

- 2 días hábiles – baja tensión urbano
- 5 días hábiles – baja tensión rural
- 7 días hábiles – alta tensión

Plazo de reconexión del servicio, con el posterior pago de la deuda y descargo del sistema, se repone el servicio en:

- Zonas urbanas – 24 horas
- Zonas rurales – 48 horas

De la resolución 414/2010 en su art 197, la información solicitada y reclamos presentados por el consumidor debe ser presentada y resuelta en 5 días hábiles a partir de la fecha de protocolo y plazos específicos para cada situación (ANEEL, 2012).

### ***1.1.3 Normativa Panamá***

Los plazos máximos de conexión del servicio eléctrico y del medidor se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 2***Tiempos de Conexión de Suministro - Panamá*

<b>Clasificación del área</b>	<b>Tiempo de respuesta de la distribuidora</b>
Urbana	3 días hábiles
Suburbana	4 días hábiles
Rural concentrada	5 días hábiles
Rural dispersa	10 días hábiles

*Nota:* Tomado de la Resolución ANSEP N° 6002

De la estimación del indicador, anualmente el porcentaje mínimo de conexiones de nuevos usuarios que no requieran ampliación o modificación de red, realizado dentro de 20 días calendario, luego de presentar la solicitud deberá ser:

**Tabla 3***Porcentaje mínimo de Indicador - CNS Panamá*

<b>Clasificación del área</b>	<b>Porcentaje mínimo de cumplimiento</b>
Urbana	96 %
Suburbana	94 %
Rural concentrada	92 %
Rural dispersa	90 %

*Nota:* Reglamento de comercialización de energía.

Para el tratamiento general de los reclamos presentados por los clientes, según la ASEP (2013) los reclamos deberán resolverse en un plazo de 10 días en las áreas urbanas, suburbanas y 15 días en rural dispersa, concentrada respectivamente.

De la verificación del cumplimiento de tiempos y reclamos se tiene el indicador PRR (Porcentaje de Resolución de Reclamos), reclamos atendidos dentro de los 15 días establecidos, sobre reclamos totales recibidos.



**Tabla 4***PRR - Porcentaje de Resolución de Reclamos - Panamá*

<b>Clasificación del área</b>	<b>PRR</b>
Urbana	95 %
Suburbana	92 %
Rural concentrada	92 %
Rural dispersa	90 %

*Nota:* Niveles mínimos a cumplir según la normativa

#### **1.1.4 Antecedente Ecuatoriano**

Dentro de toda la extensión territorial ecuatoriana se encuentran 20 áreas de prestación de servicio público de energía eléctrica, de los cuales tenemos 11 distribuidoras pertenecientes a CNEL EP y 9 a empresas eléctricas. CNEL EP abarca el 45.05% de la superficie del país y el 54.95% restante son responsables de la prestación de los servicios las empresas eléctricas. (ARCERNNR, 2021)

El ejercicio de la distribución de energía, así como proveer un servicio comercial de calidad para mantener la satisfacción de los consumidores, ante el cumplimiento de los diferentes indicadores de gestión individuales y globales, tanto para las Unidades de Negocio de CNEL y las empresas eléctricas está normado por el ente regulador ARCERNNR (Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales No Renovables).

(Tipán, 2020) en la Eléctrica Quito hace mención que, para mantener los niveles de los indicadores en estado aceptable, dentro de la distribuidora se realizan programaciones en la operación de los índices , guiados de factores como inspección, socialización, cumplimientos de normas de seguridad y ejecución. El autor en sus conclusiones cita que la estrategia le otorga una visión integra de fortalezas y debilidades de la empresa eléctrica, otorgando mayores posibilidades para cumplir la normativa e incrementar la satisfacción del cliente.

En un análisis temporal de los indicadores del área comercial de la empresa eléctrica CENTROSUR C.A. con sede principal en la provincia del Azuay, en el periodo de enero 2009 a marzo 2014, el indicador de conexión de nuevos servicios (CNS) se cumplió únicamente en

23 de los 63 meses evaluados, el estándar mínimo del índice es del 95%, siendo los puntos de declive más notorios los meses de enero 2010 (76,33%) y febrero 2010 (37,85%).

Para el indicador PRR (Porcentaje de Resolución de Reclamos), la distribuidora evidencia en este periodo un incumplimiento casi absoluto de la normativa, solo en el mes de enero 2009 se cumplió el valor mínimo del 95%, mientras que en otros meses se presenta un declive hasta el 54,05 % siendo este el más preocupante en la evaluación.

(Vélez, 2015) en su estudio en CENTROSUR C.A. , utilizando análisis correlacional de variables ( múltiples y simples ), teniendo como variable independiente los distintos indicadores de gestión y como variable dependiente la satisfacción del cliente, determinó que no es concluyente asegurar que con el cumplimiento de las metas de cada uno de los indicadores de Calidad del Servicio Comercial se logre la satisfacción del cliente, ya que no solo depende del factor comercial, influyen otros como la información, comunicación, etc. por lo que se debe correlacionar todo un conjunto de datos para determinar una completa relación o incidencia.

(Arteaga, 2022) en su informe de grado con lugar en la Unidad de Negocio Santa Elena, deduce que los reclamos comerciales se los atiende en un 35,13% de promedio mensual, siendo el 98% a cumplir según la normativa, incumplimiento cometido por errores de facturación, falla o daños en los medidores o el restablecimiento del servicio por falta de pago, el PRR con un 63.86% mensual debajo del 98%, esto no afecta al indicador global, pero es necesario tomar en cuenta esto para ver en que se está fallando.

En la actualidad en CNEL Santa Elena con sustento en la bibliografía revisada, es notorio que no existe un estudio en donde se cuestione la evaluación de la calidad del servicio comercial que se les ofrece a los usuarios, en referencia a los estatutos pactados en la regulación y del formulario brindado por el departamento SAC (Servicio de Atención al Cliente).

## **1.2 Bases Teóricas**

### ***1.2.1 Indicador de Gestión:***

De lo establecido en la Regulación Nro. ARCERNNR-002/20, se tiene que un indicador es una medida gerencial de la empresa eléctrica pública en cuanto a los procesos de actividades y operaciones en corto plazo, estos indicadores son el medio para conseguir los resultados planteados en los objetivos estratégicos.

“Un indicador es una representación cuantitativa, mediante la que se registra, procesa y presenta la información necesaria para medir el avance o retroceso de un determinado objetivo.” (Planeación, 2009).

La ONU (2010) en su portal web nos dice que un indicador es la característica principal en un programa, para la evaluación de los cambios y progresos que este está teniendo hacia el logro de resultados específicos, esto gracias a su naturaleza observable y medible.

Los indicadores de gestión transforman y filtran los volúmenes de información con el objetivo de contribuir de manera idónea al trabajo de los principales directores organizacionales en la toma efectiva de sus decisiones y que al mismo tiempo sirvan para dar seguimiento a variables claves para el logro de éxito y competitividad institucional. (Gaytán Cortés, 2019)

Menciona (Ramírez et al., 2020) en su artículo que a los indicadores de gestión también se los conoce como los signos vitales de la organización, ya que gracias a su continuo monitoreo permiten establecer condiciones para identificar variedad de síntomas que se deriven del desarrollo de actividades diarias.

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa, que describe el comportamiento y desempeño de un proceso, cuyo valor numérico al ser comparado con niveles de referencia establecidos, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas, sea cual fuera el caso. (Rodríguez, 2012)

Por otro lado (Beltrán, 2009) los indicadores de gestión forman parte de un sistema de control de gestión en las diferentes áreas de la organización, con el objetivo de contribuir a una gestión eficaz y eficiente de las organizaciones, facilitando a sus integrantes información permanente e integral sobre el desempeño institucional.

### ***1.2.2 Características***

Del análisis conceptual previo, sabemos que los indicadores son elementos claves en el desarrollo y cumplimiento de objetivos institucionales, no solo por lo que miden sino también por la información que permiten manejar, dentro de este contexto se presentan las siguientes características según (Uribe & Reinoso, 2014):

- Exactitud: Representación de una situación actual, tal como se presenta.

- Forma: Numérico, gráfico, cualitativo, según la perspectiva situacional y necesidades de quien evalué.
- Simplicidad: Recurso y tiempo a bajo costo.
- Adecuación: Apreciación en magnitud del hecho analizado, muestra la desviación real, sobre el nivel deseado.
- Utilidad: Con orientación a la búsqueda de causas, factores y efectos que lleven a alcanzar el estándar y que permita mejorarlo.
- Relevancia y validez en el tiempo: Acorde la situación o factor particular.

### **1.2.3 Beneficios**

Según (Armijo, 2011) utilizar un sistema de indicadores de gestión en las organizaciones aporta con los siguientes beneficios:

- Brinda argumentos y bases sólidas para etapas de planificación y formulación de políticas a mediano y largo plazo.
- Detección de problemas de gestión en diferentes áreas tal como la ineficiente asignación de recursos, entrega tardía productos, tareas asignadas al personal.
- Reajuste de procesos internos, eliminando inconsistencias y redundancias entre las labores diarias y objetivos de la institución, trámites excesivos y reformas organizacionales.

(Monroy & Simbaqueba, 2017) también resaltan los siguientes beneficios que trae el uso de indicadores:

- Optimización y adecuada asignación de recurso.
- La necesidad y satisfacción del cliente es prioridad, brinda efecto positivo en la contribución hacia las metas de la empresa.
- Continuo seguimiento a cada área de la empresa, para detectar factores que se conviertan en puntos clave de mejora continua.

De los beneficios citados se puede acotar que además de ser elementos claves, los indicadores se convierten más que todo en elementos estratégicos en la organización, para su desempeño comercial, competitividad en el mercado, mejoras en la gestión interna, así como también para los trabajadores.

### 1.2.4 Indicadores Globales del Servicio Comercial

**Tabla 5**

*Indicadores de Servicio Comercial - CNEL STE*

<b>Dimensión</b>	<b>Característica</b>	<b>Límite</b>
$ANS = \frac{Sa}{Ns} \times 100$ [%]	<p><b>ANS:</b> Atención a Nuevos Suministros normados en la regulación</p> <p><b>Sa:</b> Suministros atendidos en el plazo</p> <p><b>Ns:</b> Número total de solicitudes de nuevos suministros presentados</p>	95%
$CNS = \frac{Sc}{Ns} \times 100$ [%]	<p><b>CNS:</b> Conexión a Nuevos Suministros normados en la regulación</p> <p><b>Sc:</b> Suministros conectados en BV en el plazo</p> <p><b>Ns:</b> Número total de solicitudes de nuevos suministros en BV presentados</p>	95%
$PEF = \frac{Fa}{Ne} \times 100$ [%]	<p><b>PEF:</b> Porcentaje de Errores en Facturación</p> <p><b>Fa:</b> Número de facturas corregidas en el mes</p> <p><b>Ne:</b> Total de facturas emitidas durante el mes de evaluación</p>	0,4%
$TPR = \frac{\sum_i T_{ai}}{Rct} \times 100$ [%]	<p><b>TPR:</b> Tiempo Promedio de Resolución de Reclamos</p> <p><b>Tai:</b> Tiempo (días) en el que se resolvió el reclamo i</p> <p><b>Rct:</b> Número total de reclamos recibidos en el mes n y mes n-1</p>	5 días
$PRR = \frac{Rcr}{Rct} \times 100$ [%]	<p><b>PRR:</b> Porcentaje de Resolución de Reclamos</p> <p><b>Rcr:</b> Número de reclamos atendidos, en los plazos normados para cada tipo de reclamos, en el mes n y mes n-1</p> <p><b>Rct:</b> Número total de reclamos recibidos en el mes n y mes n-1</p>	98%
$PRS = \frac{Rse}{Req} \times 100$ [%]	<p><b>PRS:</b> Porcentaje de Reconexiones de Servicio</p> <p><b>Rse:</b> Número de servicios reconectados, en el mes n y mes n-1</p> <p><b>Req:</b> Número de reconexiones presentadas en el mes n y mes n-1</p>	95%
$PRC = \frac{Cr}{Ct} \times 100$ [%]	<p><b>PRC:</b> Porcentaje de Resolución de Consultas</p> <p><b>Cr:</b> Número de consultas con respuesta, en el mes n y mes n-1</p> <p><b>Ct:</b> Número de consultas receptadas en el mes n y mes n-1</p>	98%

*Nota:* Indicadores para la evaluación del servicio comercial, CNEL acorde la regulación vigente.

### **1.2.5 Nuevos Servicios Atendidos**

La autora Ramroop (2022) en su blog empresarial describe la atención a un servicio como la asistencia y asesoramiento que una empresa ofrece a los clientes y usuarios que van en busca de sus productos o servicios.

### **1.2.6 Nuevos Servicios Conectados**

Como ingeniero del área comercial, me permito describir como un nuevo servicio conectado, a la acción de instalar el medidor de energía eléctrica en el domicilio del usuario, una vez realizadas y aprobadas las inspecciones técnicas y factibilidad para el servicio.

### **1.2.7 Plazos de Atención y Conexión**

Los tiempos inician desde que el usuario presenta su solicitud, hasta que cumpla los requisitos estipulados por la distribuidora con la accesibilidad al sitio de instalación.

Según (ARCONEL, 2020) se atenderán y conectarán los servicios bajo los tiempos dados en la siguiente tabla:

**Tabla 6**

*Plazos de Atención y Conexión de Nuevos Servicios - Ecuador*

<b>Etapa</b>	<b>Nivel de Voltaje</b>	<b>Tiempo (días)</b>
Atención	BV	5
	MV/AV	15
	BV (Sin modificación de red eléctrica)	5
	BV (Con modificación de red eléctrica)	15
Conexión	MV (Con o sin modificación de red eléctrica)	30
	AV (Con o sin modificación de red eléctrica)	Fijado entre ambas partes, no podrá superar los 120 días

*Nota:* AV (Alto Voltaje) MV (Medio Voltaje) BV (Bajo Voltaje)

### 1.2.8 Errores de Facturación

La facturación se realiza mensualmente sobre la base establecida del pliego tarifario vigente, en el año 2022 se presentaron un total de 1045 facturas ajustadas por factores como la toma de lectura errónea por inconvenientes con el medidor, ubicación o dentro del mismo proceso de facturación ya sea por la mala aplicación del pliego o el cálculo con consumo estimado.

### 1.2.9 Reclamos

Un reclamo es la acción que presenta un usuario insatisfecho por un producto o servicio percibido, y puede manifestarlo de manera verbal o escrita, debe tomarse como una oportunidad de mejora, de no tomar en cuenta se puede convertir en amenaza a la organización. (Del Río et al., 2022)

Los reclamos que se presentan en las distintas distribuidoras de electricidad son de 3 tipos, reclamo técnico (niveles de voltaje, perturbaciones en la red, interrupciones del servicio), reclamos comerciales que son todos aquellos dados por el incumplimiento en tiempos de atención al cliente en casos de reconexión, nuevas instalaciones, errores en facturas y reclamos por daños a equipos o artefactos.

### 1.2.10 Tiempos de Resolución de Reclamos

En el presente trabajo se tomará especial atención a reclamos de tipo comercial:

**Tabla 7**

*Tiempos de Resolución de Reclamos Comerciales*

Tipo	Descripción General	Tiempos de resolución	
		Urbano	Rural
Comercial	Error en la factura, causado por una lectura errónea del consumo eléctrico	2 d	4 d
	Error en la factura, por fallas, daños o averías del medidor que por esta causa amerite el desmontaje y cambio del mismo	5 d	6 d
	Restablecimiento del servicio suspendido por falta de pago	1 d	2 d

*Nota:* Resolución de reclamos de tipo comercial en días, por zona.

### **1.3 Variable de Investigación: Calidad del Servicio Comercial**

Las primeras empresas y organizaciones que incursionaron en el tema de la calidad son las que están destinadas a recibir un retorno por la prestación del servicio, factores como el flujo de ingresos, competitividad y posicionamiento en el mercado marcan el inicio a esta tendencia.

Por su naturaleza intangible, la inmediata elaboración y consumo hacen que el progreso en la valoración y mejoramiento de la calidad del servicio, se torne un proceso lento a diferencia del efectuado para los bienes (Quesada, 2021).

Del informe realizado por (Levy & Carrasco, 2020) en países Latinoamericanos hacen referencia a la calidad comercial del servicio en una relación directa con las transacciones que se realizan en las diferentes compañías y los clientes, misma que no solo abarca el suministro y venta de electricidad, lleva consigo también las diferentes formas y medios por como la empresa toma contacto con el usuario final.

Como conclusión en su trabajo de investigación (Skinner & León, 2017) determinaron deficiencia en la calidad del servicio prestado, de los parámetros observados pudo notar que en todos los casos las expectativas fueron superiores a la percepción que demuestran los usuarios, más sin embargo como factor predominante se halla la capacidad de respuesta que ofrece la empresa a las solicitudes de los clientes, es decir ante el déficit de calidad la empresa debe realizar un análisis en el tiempo de atención al cliente, para luego ofrecer mejoras del mismo.

Los autores (Torres et al., 2010) hacen énfasis en que la Calidad del Servicio Comercial en las distribuidoras venezolanas se encuentran muy limitadas por la regulación, desde el punto de vista de su definición, evaluación y atención de los requerimientos, a su vez concluyen que las regulaciones eléctricas deben alinearse a la realidad social de los servicios, bajo contexto de calidad y exigencia de los usuarios.

El proceso de evaluación de la Calidad del Servicio Comercial es directamente beneficioso para los usuarios, de esta manera se obliga a las distribuidoras a reducir y mejorar los tiempos de atención.

(Vargas, 2022) de su estudio en la empresa distribuidora boliviana nos dice que la disminución en remuneraciones a causa de la deficiente calidad del servicio comercial es causa directa del erróneo levantamiento y procesamiento de la información (reclamos, ajuste de



facturas, atención y reposición de servicio) y recomienda capacitar al personal encargado del registro de información, para que sea más efectivo y con menor margen de error.

Para Shailja (2021) la preparación continua de los colaboradores es de primera importancia, pues menciona que una preparación continua le dará al personal un mejor entendimiento del concepto de calidad de servicio, haciendo que estos puedan satisfacer los requerimientos del usuario y elevando a mayor nivel la calidad ofrecida.

Cabe recalcar que del antecedente antes mencionado la evaluación de la Calidad del Servicio Comercial se la realiza en periodo semestral, a diferencia de otras distribuidoras incluidas las ecuatorianas el periodo de evaluación es mensual.

(Silva et al., 2021) en el análisis entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, mediante el método estadístico correlacional de Sperman y método Servperf para la interacción con los usuarios, determinaron que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente por su nivel de importancia se asocian positivamente, como sugerencia plantearon la relación positiva de las dimensiones de aspectos tangibles, confiables del servicios con la satisfacción del cliente y la variación de la percepción del servicio recibido.

(Montesdeoca & Cedillo, 2023) manifiesta en el planteamiento de su problema que en evaluaciones realizadas a CNEL EP Guayaquil en el periodo del 2011 al 2022, ha reflejado una mejora en los indicadores, cobertura de servicio, sin embargo, hace énfasis en los reclamos que presentan a diario los usuarios, pues es evidente en los centros de atención.

Así mismo aplicando la metodología Servperf respecto a la calidad del servicio bajo la perspectiva de los usuarios dice que CNEL EP brinda un servicio regular-alto, de los aspectos evaluados como la seguridad, elementos tangible y fiabilidad mantienen buenas puntuaciones, no así en aspectos como la capacidad de respuesta y la empatía, dejando notorio esta falencia y a propuestas de mejoras.

La calidad del servicio está representada en base la satisfacción que exterioriza el cliente, se debe medir continuamente la calidad del servicio comercial de energía eléctrica, teniendo en cuenta el precedente de que calidad y satisfacción se asocian estrechamente al servicio que percibe el usuario. (Roldán , 2022)

(Siu Cusicanqui et al., 2021) las expectativas de los clientes y su satisfacción, cada día se vuelve objeto de importancia vital en las empresas, depende en gran medida la capacidad de respuesta comercial en el mercado, tener y mantener al cliente satisfecho es una actividad primordial para la empresa.

Calidad en el servicio es una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado, se asocia positivamente con las variables de la satisfacción y lealtad del cliente (Silva et al., 2021).

(Orrala , 2022) en su trabajo de titulación calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes de CNEL EP Santa Elena, menciona que la satisfacción presenta un promedio del 60,5%, lo cual es un mensaje claro hacia el servicio que presta la distribuidora, desde el punto de vista de atención al cliente en las instalaciones y la atención al usuario en su domicilio por parte del personal técnico, pues el usuario está siempre a la espera de un servicio más eficiente y que sea de calidad.

## **1.4 Bases Teóricas**

### ***1.4.1 Calidad del Servicio***

“La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene directamente de él y por lo que está dispuesto a pagar” (Drucker, 2007, p.41).

Según la norma ISO 9000:2015, afirma que la “calidad de los productos y servicios de una organización, se ve determinada por la capacidad de satisfacer a los clientes y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes interesadas, incluye también el valor percibido y beneficios para el cliente”. (ISO 9000:2015, 2016, p.2)

Las ideas y conclusiones de (Arellano, 2017) convergen al precepto de que la calidad del servicio está directamente ligada con la satisfacción de los clientes, bajo el concepto y percepción que estos obtienen al recibir el producto final, a su vez mencionan que la calidad en el servicio se convierte en un requisito para la competitividad, desarrollo y subsistencia de las organizaciones.

### **1.4.2 Gestión de la Calidad**

La misma norma ISO 900 menciona al sistema de gestión de la calidad como el conjunto de actividades estratégicas que le permiten a la organización una mejor identificación de objetivos, establecer procesos y recursos eficaces para el logro de resultados deseados.

El enfoque principal de la gestión es cumplir con los requerimientos de los clientes y llevarlos más allá de las expectativas, otorgando beneficios claves y potenciales a la organización como:

- Valor agregado al cliente
- Satisfacción y fidelización del cliente
- Ventaja competitiva en el mercado
- Integración de nuevos usuarios
- Cuota de mercado y rentabilidad

La misma norma nombra ocho principios básicos de la gestión de la calidad, que según (Pingo et.al, 2020) estos representan la ruta para encaminar a las organizaciones en el campo de la calidad en el mundo moderno cambiante y competitivo, entre los que tenemos:

1. Enfoque al cliente
2. Liderazgo
3. Participación de Recursos Humanos
4. Enfoque basado en procesos
5. Enfoque basado de sistemas para la gestión
6. Mejora continua
7. Toma de decisiones basadas en evidencias
8. Gestión de relaciones con el proveedor.

### **1.5 Gestión de la Calidad por Procesos**

La gestión por procesos en las empresas que hoy en día buscan ser competitivas permite ver a la organización como conjunto de procesos que se ejecutan simultáneamente y se hallan estrechamente relacionados. Bajo esta modalidad el concepto cliente adquiere la máxima importancia, se refiere a clientes tanto externos como internos (Camisón et.al, 2006, p.879).

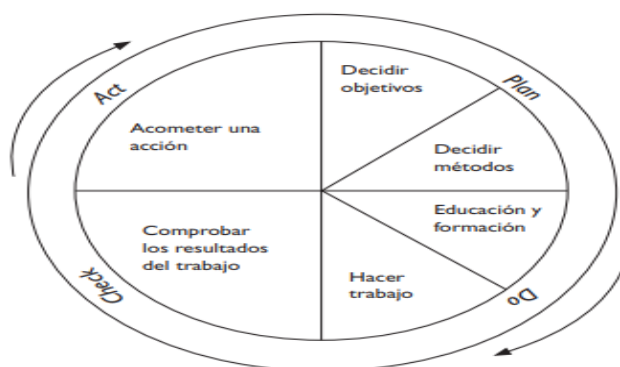
Hablar de procesos, debemos mencionar el modelo fuertemente utilizado en las organizaciones, para obtener mejoras continuas en la calidad en los diferentes procesos de la organización que se pudieran aplicar, el modelo PDCA (Plan, Do, Check, Act) por sus siglas en inglés.

Como muestra la figura 1, la etapa inicial del proceso parte del estado actual en que se encuentre la organización, con este análisis la dirección empieza por formular un plan de acción, en base a la decisión de objetivos y métodos de trabajo. La segunda instancia compete en realizar lo planificado en donde participa todo el personal involucrado en el ejercicio, para después pasar a la tercera etapa que consiste en la evaluación del plan, en donde se verifica el cumplimiento de las metas planificadas.

Verificado y comprobado los resultados se llega a la etapa final del proceso, en este escenario la alta dirección de darse resultados positivos acoge como metodología de trabajo el plan presentado como eje para el logro de los objetivos institucionales, de no ser el caso se reformula o cambia el plan de acción y se repite el proceso antes mencionado.

**Figura 1**

*Ciclo PDCA de Ishikawa*



*Nota:* Fuente, Libro Gestión de la Calidad ,

### **1.5.1 Calidad del Servicio Comercial**

“Es el atributo directamente relacionado con la atención al consumidor final prestado por la distribuidora y que se caracteriza entre otros con los tiempos de atención a nuevos usuarios, resolución de reclamos, reposición del suministro, la adecuada facturación y

percepción de satisfacción por el servicio de energía eléctrica por parte de los consumidores”. (ARCERNNR, 2023)

Según (Herrera , 2021) las distribuidoras de energía eléctrica deben aplicar todo su mejor esfuerzo en la calidad del servicio comercial, no solo en la atención al cliente, sino también en todas las partes involucradas en el proceso dentro de la empresa, pues la evaluación de la calidad es actividad neta de gestión empresarial, algo que se puede medir se puede mejorar.

### ***1.5.2 Atención al Cliente***

La atención al cliente, consumidor y usuarios es el conjunto de acciones encaminadas a la correcta comunicación entre las organizaciones con sus principales grupos de interés, en especial con aquellas personas que presten atención a sus productos, servicios y/o actividades (López, 2020, p.8).

El mismo autor menciona que para que la atención al cliente sea satisfactoria, se deben cumplir las condiciones como:

- Prestación del servicio relevante
- En tiempos definidos
- Continuamente
- De manera flexible
- Eficaz y Eficiente.

En un mercado demandante y donde esta predominando la calidad por sobre otros factores, las empresas deben estar conscientes de que la atención que se le brinde a sus usuarios se convierte en la forma más rentable, eficaz y rápida para obtener una perspectiva positiva en la satisfacción de estos. (Mateos, 2019) considera que el principal activo de una empresa son los clientes, por lo tanto, se les debe el máximo respeto posible.

### ***1.5.3 Satisfacción al Cliente***

La satisfacción de un cliente es el juicio emanado sobre el producto y las características ofrecidas en determinado momento, aunque puede ser transitorio, esto debe englobar lo que las empresas ofrecen, prometen a sus clientes de una manera estándar, sin que se permita tener desviaciones entre el producto/servicio. (Zárraga et al., 2018)

(Romero et al., 2018) nos dicen que es la valoración que el cliente realiza sobre el producto o servicio en función de las expectativas hacia los niveles de cumplimiento, posterior al efecto de comercialización y adquisición del servicio o producto.

Un cliente se encuentra satisfecho cuando, conforme el desempeño percibido de un producto en relación con las expectativas del comprador, si el desempeño del producto es inferior a las expectativas el cliente queda insatisfecho, si el desempeño es igual a las expectativas del cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).

#### **1.5.4 Modelo Servperf**

Para la medición de la calidad de los servicios en las empresas las dos metodologías más utilizadas son el Servqual (expectativas, percepciones) y el Servperf (percepciones) que es el modelo mejorado del primero.

$$Servperf = \sum P_j \text{ (Sumatoria puntuaciones de percepción)}$$

Según (Ramírez A. , 2017) al solo considerar las 22 afirmaciones del modelo, el estudio se vuelve más riguroso, esto se traduce en considerar la medición de la calidad del servicio más elevada, en cuanto los resultados dicten que cuan mayor sea la suma de las percepciones.

En cuanto a la aplicación del modelo Servperf en sus trabajos de investigación (Ibarra & Casas , 2015) dicen que mientras los resultados sean positivos, la calidad del servicio percibido por el usuario será buena, haciendo énfasis en que el modelo presenta cifras más reales en la percepción del servicio prestado y como producto de buena calidad se tiene la satisfacción de los clientes.

El mismo autor al finalizar el trabajo determina que Servperf es el mejor modelo para la medición de la calidad, infiere esto gracias a la reducción de preguntas frente a Servqual, lo que le da facilidad de medición de las variables, así mismo le ofrece facilidad y ahorro de tiempos en obtener las respuestas de los usuarios, mismas respuestas que entre percepciones y expectativas tienden a ser similares.

### 1.5.5 Dimensiones del modelo Servperf

Como se mencionó con anterioridad Servperf centra su estudio en las percepciones, más sin embargo conserva las cinco dimensiones del Servqual misma que son:

**Tabla 8**

*Dimensiones y Características del modelo Servperf*

<b>Ítem</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Características</b>
1	Elementos Tangibles	Instalaciones físicas de la empresa, equipos de vanguardia, materiales y suministros.
2	Fiabilidad	Capacidad que muestra la organización en brindar el servicio de manera precisa y que genere confianza en el cliente.
3	Capacidad de respuesta	Buena disposición de los colaboradores para asistir y solventar necesidades a los clientes y proporcionarles un servicio expedito.
4	Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza.
5	Empatía	Cuidado y atención personalizada que la empresa proporciona a sus clientes

*Nota:* Elaborado por el autor, base Revista Criterio Libre 2021

### 1.5.6 Tangibilidad

En su gran mayoría los servicios son de naturaleza intangible, de acuerdo con esto los elementos tangibles el usuario los asocia con factores como las instalaciones de la empresa, estética, equipos, la señalización e incluso la apariencia que presentan los servidores de atención al cliente, elementos visibles en la organización. (Berdugo et al., 2017)

### **1.5.7 *Fiabilidad***

Para (Inga, 2022) es brindar el servicio que se espera de forma correcta, consiste en realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa, implica conocimiento junto con experiencias para dar respuestas a las necesidades de los usuarios con compromiso seguro.

### **1.5.8 *Capacidad de Respuesta***

Guarda relación con la rapidez y oportuna entrega de un servicio, también considera priorizar un servicio rápido, donde la respuesta está ligada directamente con la actitud positiva que presente el personal de atención al cliente, la voluntad de ayudar y ofrecer servicio rápido y oportuno al usuario final. (Neyra, 2018)

### **1.5.9 *Seguridad***

Se basa en el conocimiento, cortesía de los servidores y la capacidad que estos posean para generar confianza, credibilidad y seguridad en el servicio que ofrece la empresa. (Amonzabel, 2021)

### **1.5.10 *Empatía***

(Businessolver, 2017) en su informe menciona que la empatía posee un impacto directo en la productividad, lealtad y compromiso de los empleados.

Como contexto al enunciado también dice que, si una empresa quiere volverse exitosa, debe contar con equipos de trabajos optimistas, unidos, que se respeten y valoren entre colaboradores, esto vuelve a los trabajadores empáticos, apreciando lo que se habla, hace y como se sienten otros.

En el servicio al cliente, es una herramienta eficaz para las organizaciones (Cervantes et al., 2021) nos dice que ayuda a comprender las necesidades de los clientes, a gestionarlas en el momento adecuado, ayuda a que se sienta a gusto con el servicio sin sentirse perjudicado, logrando llevarlo hasta la aceptación del servicio brindado.



## **1.6 Marco Legal**

### **1.7 Constitución de la República**

#### ***1.7.1 Sectores Estratégicos, servicios y empresas públicas***

La carta magna en su art. 314 otorga total responsabilidad al estado ecuatoriano de la provisión de los servicios públicos y básicos en los diferentes sectores estratégicos, dentro los cuales encontramos la electricidad y demás amparados en la ley.

Así mismo el estado será quien garantice que los servicios públicos y su provisión sean entregados a los ecuatorianos bajo principios como obligatoriedad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y sobre todo calidad, con precios y tarifas equitativos bajo estricto control y regulación. (Constitución de la República del Ecuador, 2021)

### **1.8 Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (LOSPEE)**

#### ***1.8.1 Disposiciones Fundamentales***

La presente ley en su art. 1 menciona que su objetivo principal es garantizar que el servicio público de energía eléctrica cumpla con los principios establecidos en el art. 314 de la constitución, normando la responsabilidad que le compete al estado en procesos de planificación, ejecución, control y regulación del servicio eléctrico. (LOSPEE, 2015)

Un servicio público es ofrecido a todos los ecuatorianos por las diferentes empresas proveedoras, por lo tanto, así como para ellos existen obligaciones, derechos y sanciones, lo existen para los usuarios finales o clientes, pactados en la presente ley.

#### ***1.8.2 Derechos de los consumidores o usuarios finales***

El art. 4 de la (LOSPEE, 2015) menciona los derechos de los consumidores o usuarios finales del servicio eléctrico, entre los que se puede citar:

1. Recibir en su domicilio el servicio público de electricidad acorde con los principios pactados en la constitución.
2. Recibir factura mensual del uso de energía de acuerdo con su consumo.

3. Presentar el respectivo reclamo a la distribuidora en caso de estar inconforme con el servicio recibido, valores facturados, etc. y obtener una respuesta oportuna.
4. Ser informado a tiempo por cualquier medio de comunicación sobre los trabajos o acciones que puedan conducir a la suspensión del servicio eléctrico.
5. Ser constantemente informados sobre la aplicación de las diversas tarifas en los consumos.
6. Recibir un trato adecuado en la prestación del servicio público de energía eléctrica.
7. Ser indemnizado por los daños ocasionados por causas netamente imputables a la empresa eléctrica de distribución y comercialización,

### ***1.8.3 Obligaciones de los consumidores o usuarios finales***

El art. 5 de la (LOSPEE, 2015) menciona las obligaciones de los consumidores o usuarios finales del servicio eléctrico, entre los que se puede citar:

1. Tener que pagar oportunamente la factura mensual de consumo.
2. Dar paso al personal autorizado de la empresa eléctrica y organismos de control para verificar en sus hogares, el sistema de medición e instalaciones.
3. Hacer uso correcto y eficiente de la energía eléctrica.
4. Mantener en correcto estado las instalaciones eléctricas para uso beneficioso del servicio y denunciar a quienes hacen uso incorrecto de las mismas.
5. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud e integridad personal y la de los demás.
6. Acatar de manera estricta y obligatoria las condiciones establecidas por la empresa eléctrica, con base en la ley, en cuanto al uso y consumo de la electricidad y al suministro del servicio público.

### ***1.8.4 De la Distribución y Comercialización***

(LOSPEE, 2015) en su art 43 menciona que el ejercicio de comercializar y distribuir se realiza por medio del Estado a través de personas jurídicas habilitadas para dicha actividad.

Operación alineada a las normas constitucionales, legales, reglamentarias y regulatorias bajo los principios de continuidad, transparencia, accesibilidad , eficiencia y calidad.

Las empresas eléctricas proveerán el suministro de electricidad a las personas naturales o jurídicas que presenten, aprueben y faculten todos los requisitos establecidos en la regulación que para el efecto dicte la ARCERNNR. Toda prestación de servicio eléctrico se realizará posterior a la suscripción del contrato de servicio entre ambas partes.

La actividad comercial consiste en comprar bloques de energía eléctrica para ser vendidos de manera masiva a consumidores o usuario finales, va de la mano de la gestión comercial incluida entre la acción de comprar y vender siendo entre otras la instalación de medidores, toma de lecturas, emisión mensual de facturación y cobros mensuales de consumos.

### **1.9 Reglamento General de la Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica (RGLOSPEE)**

Dispuesto en el reglamento LOSPEE y sentado en su art 34, se citan las diferentes obligaciones de la distribuidora para con los usuarios y el ente regulador (RLOSPEE, 2021).

1. Suministrar el servicio eléctrico a cada uno de los usuarios bajo los principios establecidos en la constitución.
2. Construcción, mantenimiento y operación de la infraestructura del sistema de distribución y comercialización del servicio.
3. Firmar el respectivo contrato de prestación de servicio con el consumidor.
4. Cumplir con los límites mínimos en los indicadores de gestión, reportar oportunamente al ente regulador.
5. Hacer evaluación periódica de los indicadores, en especial de los que se encuentren fuera del mínimo establecido y tomar las debidas medidas de corrección.
6. Dar atención de forma prioritaria las solicitudes de servicios nuevos de energía eléctrica en cuanto los usuarios requieran, todo ajustado en base a la ley y reglamentos vigentes.

7. Hacer entrega de la factura a los consumidores, de manera clara en cuanto a valores y detalles para el pago mensual del servicio eléctrico, alumbrado público en los plazos y formatos establecidos, acogiéndose al pliego tarifario vigente.
8. Atender dentro de los tiempos establecidos en la regulación las diferentes solicitudes, reclamos y consultas que el usuario presente.
9. Habilitar y disponer de canales permanentes de comunicación directa con los usuarios, para dar a conocer sus derechos y obligaciones, y notificar los diferentes procedimientos relacionados con la prestación del servicio público de energía eléctrica.

### ***1.9.1 Sección IV – Distribución y Comercialización***

En esta sección del reglamento a la ley, trata de lo competente a las operaciones comerciales y especificación de la calidad del servicio, que es la variable central del objeto de este estudio.

El art 57 menciona que, para la atención a nuevos suministros o usuarios, la distribuidora deberá definir las características tanto técnicas y económicas para la factibilidad del servicio. En su efecto los solicitantes deberán facilitar a la distribuidora los documentos que le acrediten y faculden el acceso, tales como registro de propiedad, arrendamiento, predios. (RLOSPEE, 2021)

Cuando la solicitud fue aprobada a favor del usuario, se procede a la firma del contrato de prestación de servicio, quedando como deber a la distribuidora instalar la acometida y los equipos de medición y demás accesorios necesarios para la prestación del servicio público en el domicilio del usuario, todo bajo lo normado en la regulación.

Calidad del servicio eléctrico de distribución que ofrece CNEL EP se divide en tres tipos, tal como menciona el art 63 del reglamento a la ley vigente:

1. Calidad del producto: armónicos en la onda y niveles de voltaje.
2. Calidad del servicio técnico: Interrupciones, frecuencias y duración.
3. Calidad del servicio comercial: Tiempos de atención a solicitudes diversas, reclamos, facturación con error, instalación de medidores y sobre todo la satisfacción del cliente.

La evaluación de los diferentes tipos de calidad se realiza por medio de índices definidos en la regulación correspondiente, los cuales, incluirán mecanismos de medición y evaluación de los índices, así como sus límites (RLOSPEE, 2021).

Es responsabilidad de la distribuidora cumplir los índices de calidad del servicio eléctrico, ARCERNNR realizará las actividades de seguimiento y control necesarias para evaluar el cumplimiento de los índices de calidad de las empresas distribuidoras.

En lo que respecta a los reclamos, el art 64 hace mención de la obligación de la distribuidora en la prestación oportuna de este servicio, sea la naturaleza que este se presente, poniendo a disposición los medios necesarios para facilitar la recepción durante las 24 horas en los 365 días del año.

El usuario de no estar conforme con el fallo de la distribuidora ante su reclamo en primera instancia puede recurrir al ente regulador ARCERNNR, quien resolverá en segunda instancia según lo establecido en las páginas de la regulación.

De la facturación mensual de valores de consumo, el art 65 hace referencia a los plazos de emisión, mismos que no deben ser menor a 28 días, ni mayor a 33 días, siendo así no se debe superar la cantidad de 12 facturas emitidas durante todo el año. De darse casos de estimaciones y correcciones esto se realizará conforme lo estipulado en la presente regulación del ARCERNNR.

El consumidor es responsable del cumplimiento de su obligación con la distribuidora en cancelar dentro del plazo máximo de pago la factura mensual de consumo, de no hacerlo la empresa se encuentra en la facultad de suspender el servicio e iniciar gestiones de cobro (RLOSPEE, 2021).

## CAPÍTULO II : METODOLOGÍA

### 2.1 Contexto de la Investigación

El presente trabajo de investigación se realiza en el área de concesión de servicio eléctrico de CNEL EP Santa Elena, centrado en dos puntos en tiempo y espacio:

- El área SAC (Servicio de Atención al Cliente) y Operaciones Comerciales de la Unidad de Negocio Santa Elena.
- Usuarios y Clientes de la provincia de Santa Elena.

### 2.2 Tipo y diseño de la Investigación

El camino a la búsqueda de los objetivos en la investigación está centrado en una investigación tipo descriptivo y documental con enfoque cuantitativo y cualitativo (Hernandez, 2014).

#### 2.2.1 *Investigación Descriptiva:*

Una investigación descriptiva según (Cauas, 2015) el estudio de esta naturaleza está dirigido hacia fenómenos sociales definidos en tiempo y espacio, buscan especificar propiedades importantes que son ejes de estudio en grupos, personas que se someten a análisis, bajo una serie de cuestiones evaluativas con la finalidad de encontrar una descripción de lo que se investiga. Este tipo de estudio responde a interrogantes como: ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Qué actores están involucrados?, ¿Qué elementos lo componen?

#### 2.2.2 *Investigación Documental:*

La investigación documental se enfoca en analizar contenido, identificar, seleccionar y organizar información relevante al objeto de estudio de diversos escritos, muy utilizada en estudios cualitativos y cuantitativos, buscando interpretación de criterios, realizar inferencias, conclusiones y en el mejor de los casos generar nuevas premisas de información. (Figuroa et.al, 2020)

Otro eje primordial de trabajo fue una investigación documental, partiendo desde el reporte BASE CAL-010 de los índices globales del área comercial, la Regulación de Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica, manuales de procedimientos internos de

la Distribuidora hasta Regulaciones Eléctricas de países vecinos, para plantear una posible discusión en el apartado de resultados del presente trabajo de investigación.

## **2.3 Métodos de Investigación**

### **2.3.1 Enfoque Cualitativo**

Según (Hernandez, 2018) este enfoque resulta de gran utilidad cuando se pretende analizar y comprender fenómenos sociales desde la posición de quienes viven y palpan una realidad, basado en patrones, experiencias y su significado. En la investigación es utilizado para lograr una caracterización de la calidad del servicio percibida por los usuarios, fenómeno y factor de primordial importancia en empresas prestadoras de servicios, en un ámbito comercial cada vez más competitivo.

### **2.3.2 Enfoque Cuantitativo**

Enfoque apropiado cuando como investigadores necesitamos estimar magnitudes, eventos, fenómenos y probar hipótesis. (Hernandez, 2018) en este tipo de enfoque no siempre se plantean hipótesis, depende de la naturaleza del problema o en investigaciones de índole correlacional o explicativa, para una investigación descriptiva como es la naturaleza de este trabajo aplica cuando se necesite pronosticar una cifra o cantidad.

Fue utilizado este método para lograr la representatividad de los datos y resultados obtenidos del instrumento de levantamiento de información.

## **2.4 Población y Muestra**

La respectiva población y muestra de estudio, la forman los usuarios del servicio de electricidad de la provincia de Santa Elena.

De la base **CAL-010** de los índices globales de calidad del servicio perteneciente al área comercial, se obtiene como resultado que 6794 usuarios presentaron un reclamo de naturaleza comercial, de los cuales fueron atendidos dentro de los tiempos 6104 en todo el periodo correspondiente al año 2022, la diferencia resultante de 690 usuarios no atendidos dentro de los periodos se constituye en nuestra población de estudio, entre los reclamos tenemos:

- Reclamo por facturación (errores)
- No recibe planilla / factura - duplicados

- No le reconectan el servicio
- Liquidación de infracciones
- Fallas en el medidor
- Demora en atención de solicitudes.

Se toma como base los usuarios de reclamos comerciales, porque estos involucran solicitudes relacionadas con los diferentes indicadores, como el de error de facturación, atención de solicitudes, etc.

## 2.5 Determinación del tamaño de la muestra

Al ser una población finita de usuarios, se aplicará muestreo probabilístico, para el correspondiente análisis cuantitativo de los datos, con la siguiente fórmula.

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

**Tabla 9**

*Datos para el cálculo de muestra*

<b>Muestro Probabilístico - Población Finita</b>	
<b>N:</b> Tamaño de la Población	690
<b>Z:</b> Nivel de confianza	95% - 1,960
<b>p:</b> Probabilidad de éxito	0,5
<b>q:</b> Posibilidad de no cumplir	0,5
<b>e:</b> Límite de error admisible	0,05
<b>n:</b> Tamaño de la muestra	247

*Nota:* Elaborado por el autor.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(690)}{(0,05)^2(690 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{662,676}{2,6829} =$$

$$n = 247$$



Del cálculo realizado, la muestra a trabajar corresponde a 247 usuarios de la provincia de Santa Elena, con esto se evaluará la calidad del servicio desde su perspectiva, con el 95% de margen de confianza y error del 5%.

## **2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

La toma de datos de los clientes, instrumentos junto con las técnicas aplicadas, para el final procesamiento de estos se realizará mediante:

### **2.6.1 Encuesta**

La encuesta pactada para el levantamiento de información se basa en el método Servperf para la evaluación de la calidad de servicio, misma que consta de 22 ítems donde se evalúan las 5 dimensiones del modelo como son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, todo esto aplicando escala de Likert para la posterior evaluación de datos.

### **2.6.2 Entrevista**

Entrevista formulada en base a la revisión de antecedentes y literatura de las variables pactada en la investigación (Indicadores y Calidad de Servicio), dirigida a 2 profesionales del área comercial entre los que tenemos:

- Líder de Servicio al Cliente
- Jefe de Operaciones Comerciales.

Con la finalidad de recabar información de fuente administrativa y experticia de los profesionales involucrados en el entorno.

### **2.6.3 Procesamiento de Datos**

Para el análisis estadístico y posterior procesamiento de datos, se utilizará el software SPSS.

### CAPÍTULO III : RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presentan los resultados obtenidos tanto en la encuesta realizada a los 247 usuarios en cada ítem del modelo Servperf, para posterior presentar el análisis obtenido de la entrevista realizada a los 2 profesionales del área comercial de CNEL Santa Elena, el análisis de estos resultados son puntos clave para la búsqueda de las posibles recomendaciones y propuesta que de ello resulte.

#### 3.1 Validez del instrumento

Para determinar la confiabilidad del instrumento de investigación, se realizó la fase piloto de encuestas con 22 usuarios, a través del procesamiento de la información en el software SPSS, con el análisis del alfa de Cronbach se obtuvo el siguiente resultado:

**Tabla 10**

*Validez del instrumento de información*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,971	0,972	22

*Nota :* Elaborado por el autor.

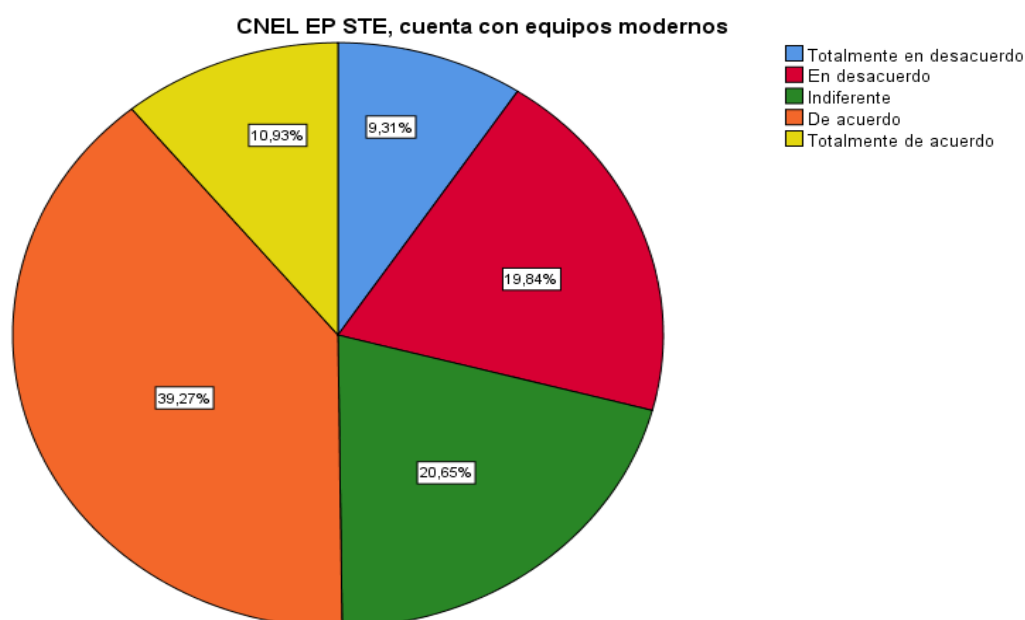
Observamos que el resultado del análisis estadístico de la prueba nos arrojó un valor superior a 0,7 por lo tanto se puede determinar que el instrumento es fiable para la evaluación de la calidad del servicio comercial por parte de los usuarios.

## 3.2 Presentación y Análisis de los Resultados

### 3.2.1 Encuesta

#### Figura 2

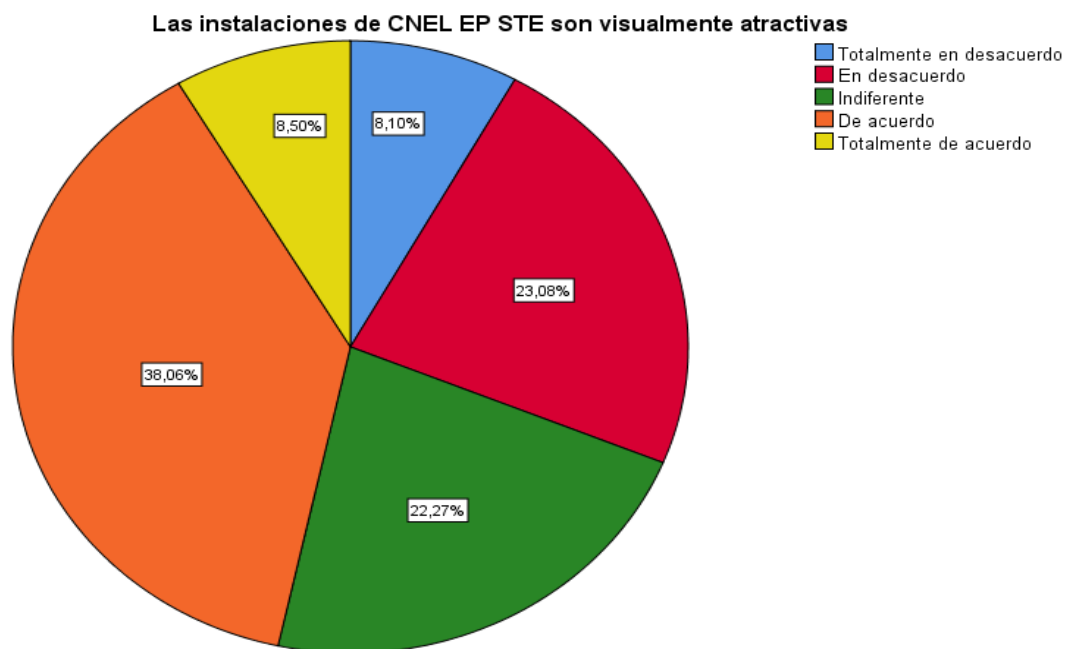
*Afirmación 1 - Elementos Tangibles SERVPERF*



*Nota:* Elaborado por el autor.

**Interpretación:** El 50.2% (124 usuarios) de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo que los equipos que cuenta CNEL STE son modernos, sin embargo no se debe descuidar el 49.8% que le es indiferente y se encuentran en desacuerdo con esta afirmación.

**Análisis:** Efectivamente el aprecio de la modernidad de los equipos por parte de los usuarios se torna bastante compartida, para unos son modernos, mientras que para el 49,8% se torna indiferente y están en desacuerdo. Este factor se convierte en tema de interés en el estudio de la tangibilidad de las cosas, apreciadas desde el punto de vista del usuario.

**Figura 3***Afirmación 2 - Elementos Tangibles SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor

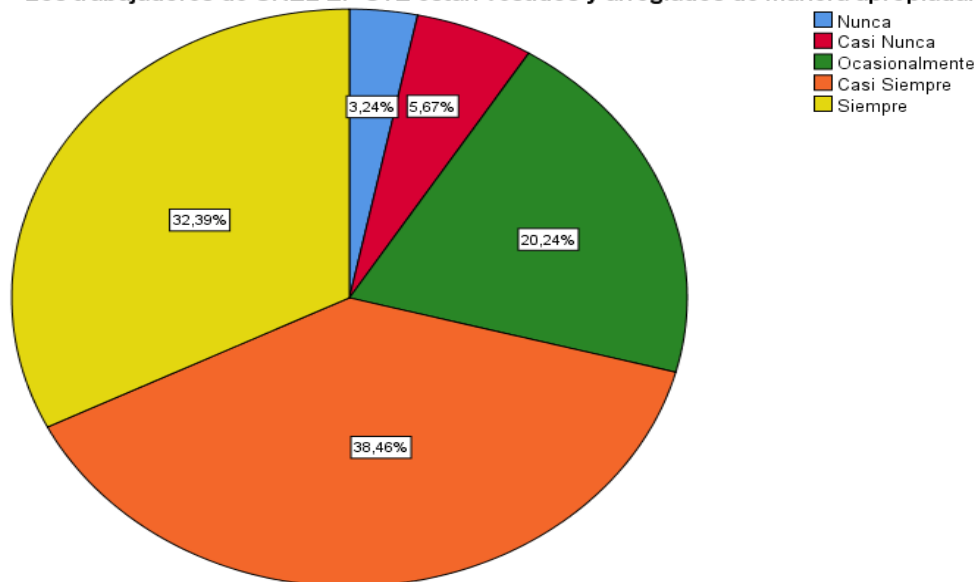
**Interpretación:** De las instalaciones de CNEL STE, el 38.06% respondieron estar de acuerdo con la visibilidad de las instalaciones, 8.5% totalmente de acuerdo, mientras que para el 53.45% de la muestra les parece indiferente, en desacuerdo y la minoría correspondiente al 8.1% de este subtotal nos dijo que están totalmente en desacuerdo.

**Análisis:** De este resultado se puede acotar, que la imagen, infraestructura de la empresa eléctrica es un factor que pasa a segundo plano en la evaluación de la calidad, o lo que el usuario percibe, más bien permite concluir que para ellos un servicio de calidad compete otros factores que seguramente se encuentren en resultados posteriores.

## Figura 4

### Afirmación 3 - Elementos Tangibles SERVPERF

Los trabajadores de CNEL EP STE están vestidos y arreglados de manera apropiada.



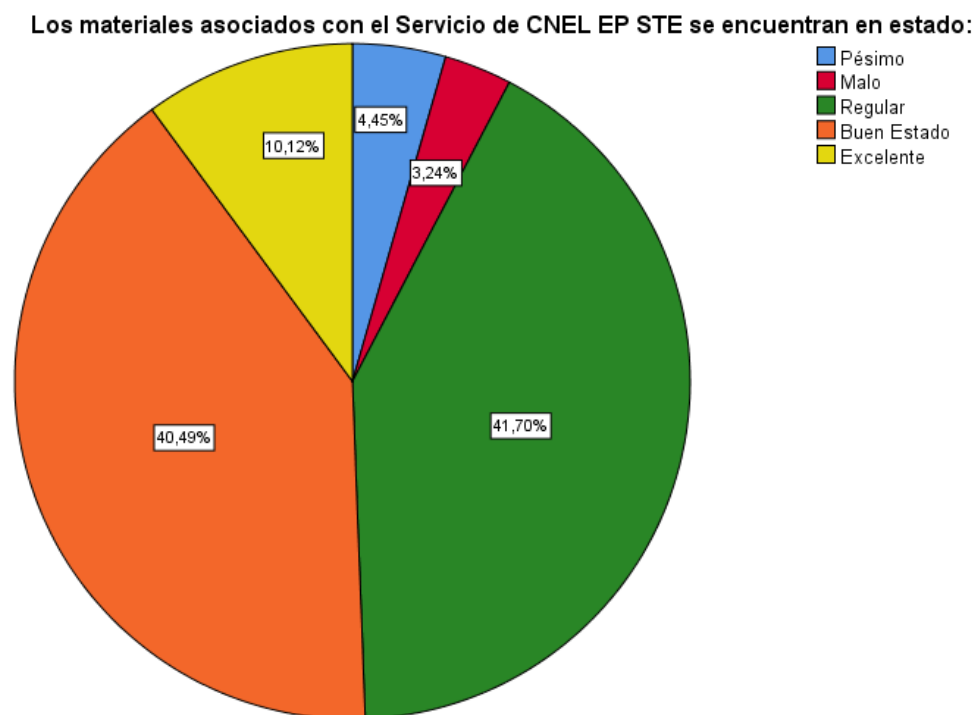
*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** El 70.85% de los encuestados respondieron casi siempre y siempre ver bien presentado a los trabajadores de CNEL, mientras que el 29.85% considera que ocasionalmente, nunca y casi nunca se encuentran bien, de manera general.

**Análisis:** La importancia de la presencia ante el usuario de los trabajadores es un factor que cobra mucha relevancia ante el juicio del cliente, pues se vio reflejada en el proceso, varios usuarios manifestaron que las bajas calificaciones la otorgaban en esta pregunta, fue en base a la imagen que proyectan el personal operativo de la distribuidora.

**Figura 5**

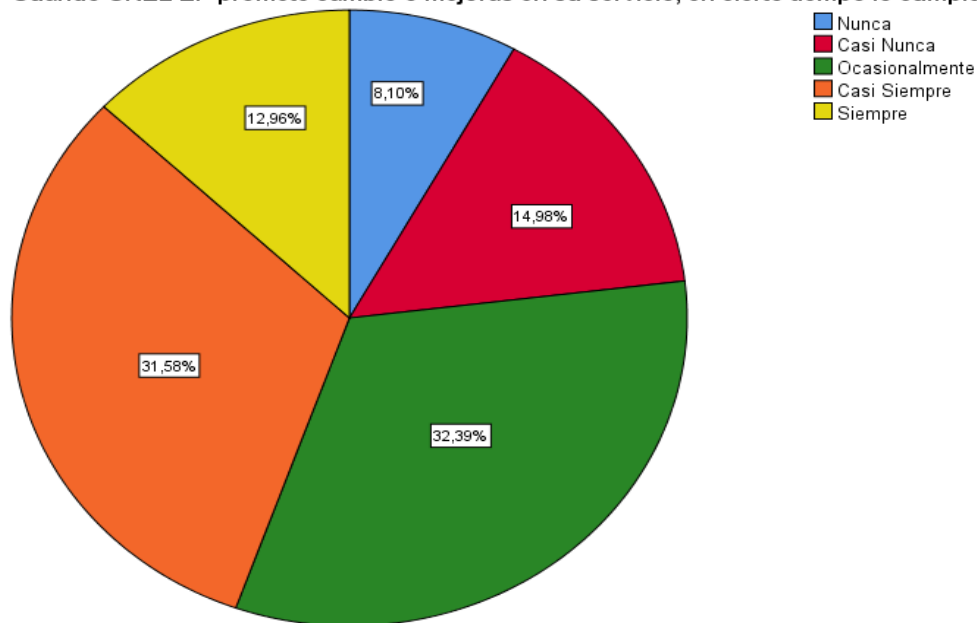
*Afirmación 4 - Elementos Tangibles SERVPERF*



*Nota:* Elaborado por el autor.

**Interpretación:** En esta afirmación se encontraron opiniones divididas, el 50.61% considera que los materiales se encuentran en buen y excelente estado, mientras que un 41.70% los considera regular, junto con el 7.69% final entre malo y pésimo, este se convierte en una afirmación clave para el análisis de la calidad de servicio.

**Análisis:** Esta pregunta y su respuesta nos encaminan más a la realidad de la calidad de servicio que ofrece la empresa eléctrica, pues el material asociado a esta prestación y producto final en el domicilio de los usuarios, el mayor porcentaje en lo regular es un indicio que las redes de distribución deben ser atendidas, para mejorar esta percepción y lograr que todos los usuarios se inclinen al menos por una buena calificación.

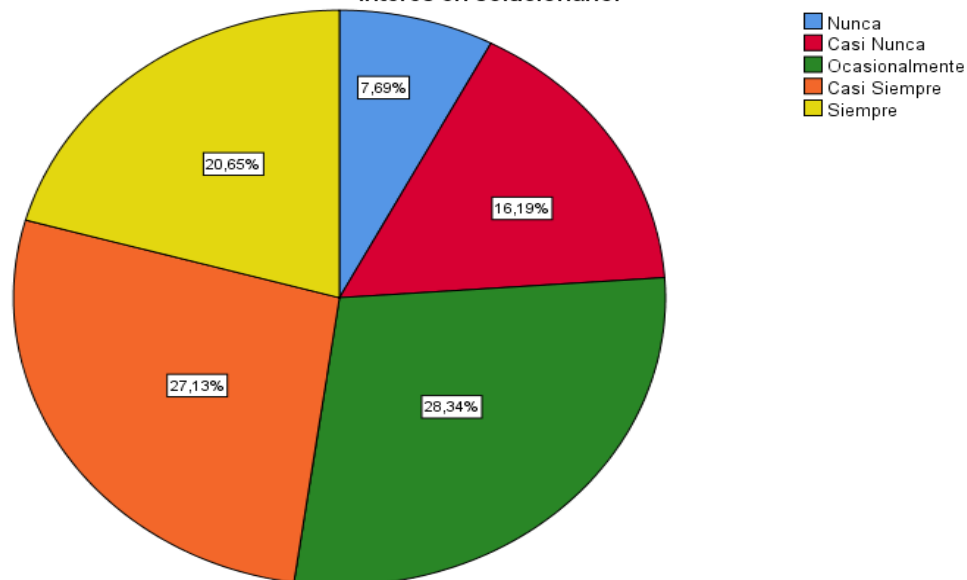
**Figura 6***Afirmación 5 Fiabilidad – SERVPERF***Cuando CNEL EP promete cambio o mejoras en su servicio, en cierto tiempo lo cumple.***Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** De las mejoras propuesta por CNEL, el 32.39% (80 encuestados) de los usuarios afirma que cumple ocasionalmente en mejoras, para el 31.58% casi siempre cumple, salvo el 23.08%, un porcentaje considerable, manifestó que nunca y casi nunca se cumple lo prometido.

**Análisis:** El mayor número de los encuestados calificó esta afirmación como ocasionalmente, con una mínima diferencia respecto a los que dijeron casi siempre. Que ocasionalmente CNEL cumpla en las mejoras prometidas en el servicio, tiene mucho que ver con la respuesta comercial fiable que se le brinde al usuario, pues es clave de mejoría hacia la confianza y seguridad que se le dé al cliente.

**Figura 7***Afirmación 6 Fiabilidad – SERVPERF*

**Cuando CNEL EP STE tiene un problema en el servicio, los trabajadores de Servicio al Cliente muestran interés en solucionarlo.**



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** Para el 28.34% de los usuarios, ocasionalmente el personal SAC muestra interés en solucionar los problemas, para el 16.19% casi nunca y 7.69% nunca. En proximidades el 20.65% y 27.13% están de acuerdo, un punto de análisis de acuerdo con lo que se recibió por parte del usuario para encontrar diferencias.

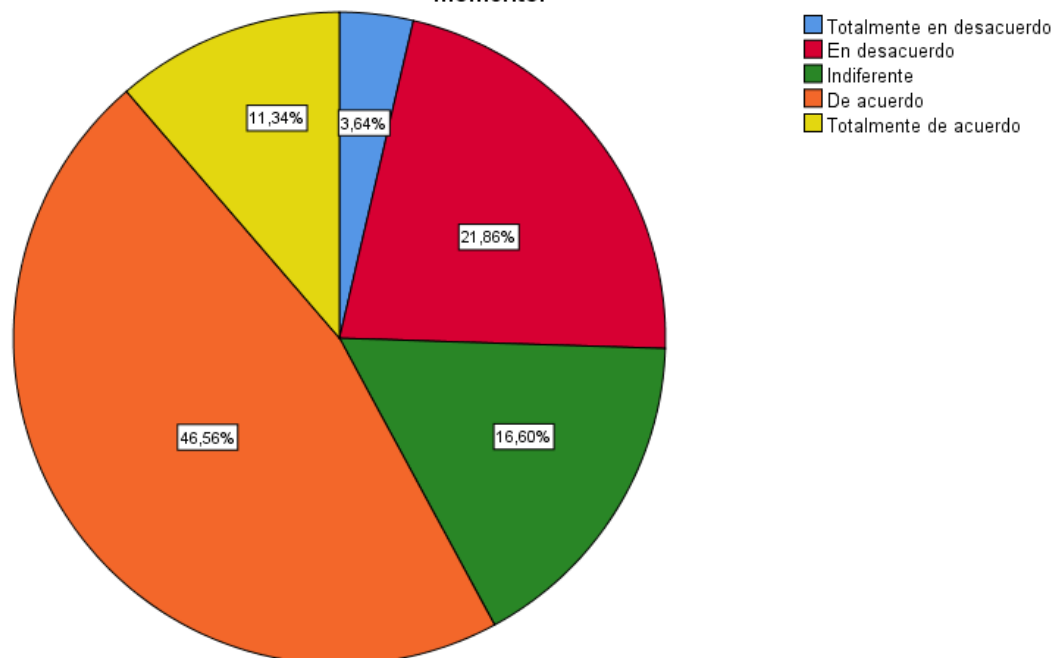
**Análisis:** En una empresa comercializadora de servicios de diferente índole, definitivamente la atención del personal de servicio al cliente es vital, al ser estos quienes tienen el contacto directo, CNEL debe mejorar en el compromiso de los trabajadores no solo en resolver problemas, si no en mostrar interés en todas sus actividades.



**Figura 8**

*Afirmación 7 Fiabilidad – SERVPERF*

**CNEL EP STE entrega un servicio correcto acuerdo lo que usted como usuario solicita, desde el primer momento.**



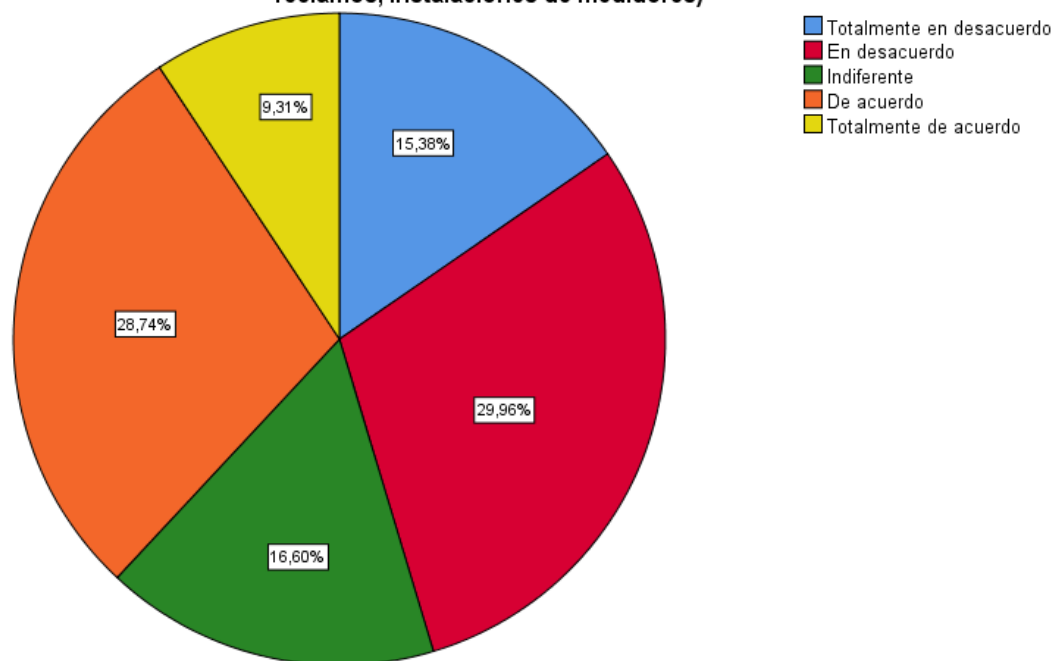
*Nota:* Elaborado por el autor.

**Interpretación:** El 57.9% de los encuestado respondió estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en que CNEL STE, le ofrece un servicio correcto desde su primera visita, para un 16.60% es indiferente, mientras que un 25.5% está en desacuerdo, de este subgrupo de la muestra se obtuvieron causas y factores diversos.

**Análisis:** La primera impresión es lo que cuenta y define mucho la aceptación de los servicios por parte de los usuarios, existe una pequeña brecha entre los encuestados que estuvieron de acuerdo y los que no en este enunciado en recibir un correcto servicio desde el primer momento, desde este punto ya es notorio las diferencia e inconformidades que van reflejando la percepción en la calidad del servicio.

**Figura 9***Afirmación 8 Fiabilidad – SERVPERF*

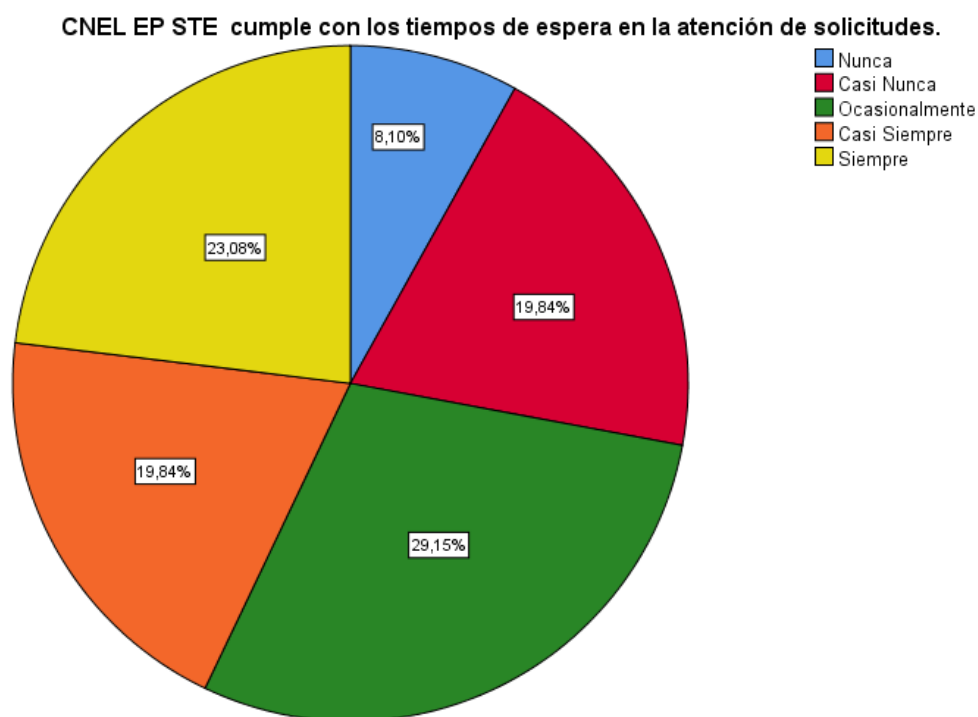
**CNEL EP STE se encuentra libre de errores y quejas con el servicio que ofrece ( facturas, solicitudes, reclamos, instalaciones de medidores)**



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** Un servicio libre de errores, para el 45.34% de los usuarios CNEL STE presenta errores en sus servicios, entre los que encontramos , las facturas, los retardos en atención de solicitudes como común denominador, un 16.60% se encuentra indiferente a esto, mientras que para el 38.05% le parece un servicio libre de errores.

**Análisis:** Haciendo analogía con la respuesta anterior se puede mencionar que los mismos que consideran un servicio correcto, son los mismos usuarios que consideran que el servicio comercial de CNEL se encuentra libre de errores, para los usuarios que hacen la diferencia es fácil concluir que fueron parte del producto de un error en el servicio, siendo el común denominador en errores la facturación.

**Figura 10***Afirmación 9 Fiabilidad – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor.

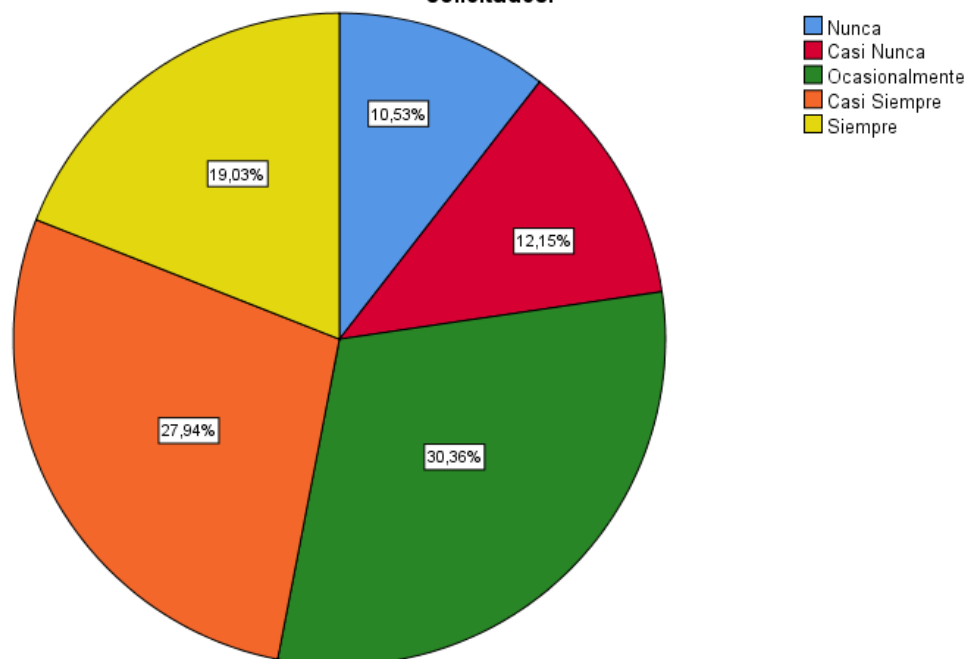
**Interpretación:** Para el 57.09% de la muestra CNEL STE no cumple con los tiempos de atención, ocasional, nunca y casi nunca se dan, mientras que para el 23.08% siempre se los atiende en menor tiempo posible.

**Análisis:** Los tiempos de espera en atención de solicitudes, para un usuario juega un papel fundamental para categorizar la percepción del servicio que está recibiendo, con alto índice en respuestas ocasionales, nunca y casi nunca deja en claro que debe analizarse aguas a dentro de la organización para determinar los factores que impiden cumplir los tiempos de atención.

**Figura 11**

*Afirmación 10 Capacidad de Respuesta – SERVPERF*

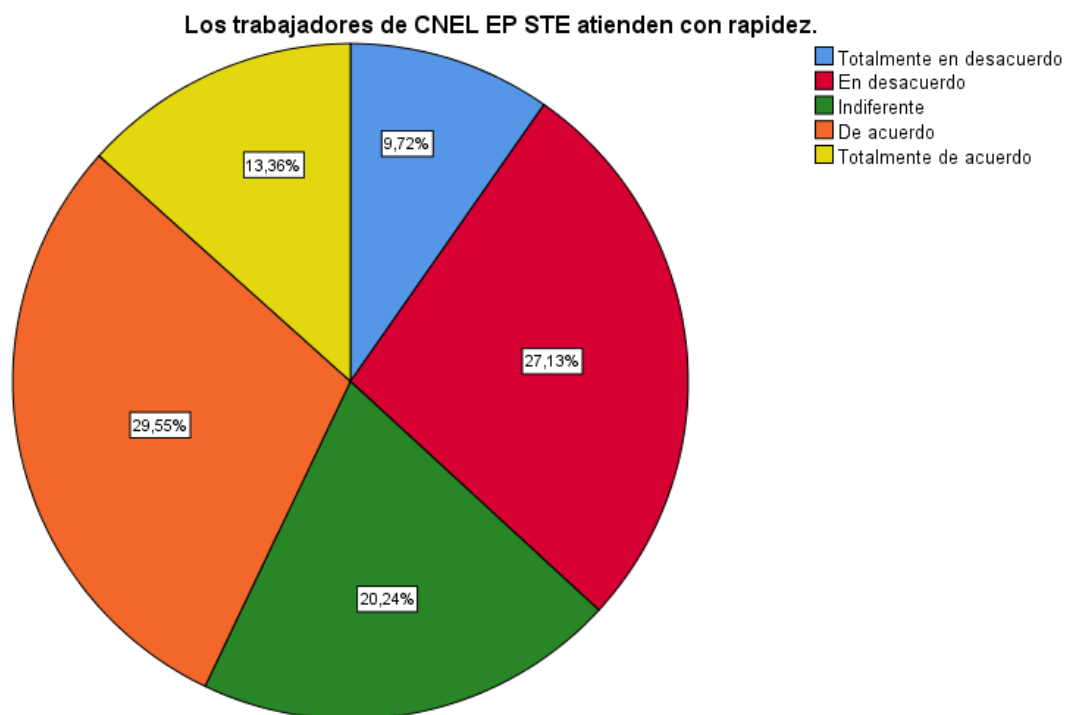
**Los trabajadores de CNEL EP STE informan a los clientes sobre los tiempos de espera en atención a sus solicitudes.**



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** Pese a no ser atendidos dentro de los tiempos establecidos, el personal de Servicio al Cliente si informa del tiempo que deben esperar, para el 30.36 % le informan en ocasiones, mientras que el 46.97% siempre resulta informado, el 22.68% que nunca se le informa de los tiempos de espera.

**Análisis:** Este resultado permite enunciar que el personal de atención al cliente se encuentra informado y tiene en conocimiento los tiempos normados en la regulación, pues las respuestas de los encuestados permiten apreciarlo, para quienes opinan lo contrario, compete análisis interno de los trabajadores por los cuales fueron atendidos.

**Figura 12***Afirmación 11 Capacidad de Respuesta – SERVPERF*

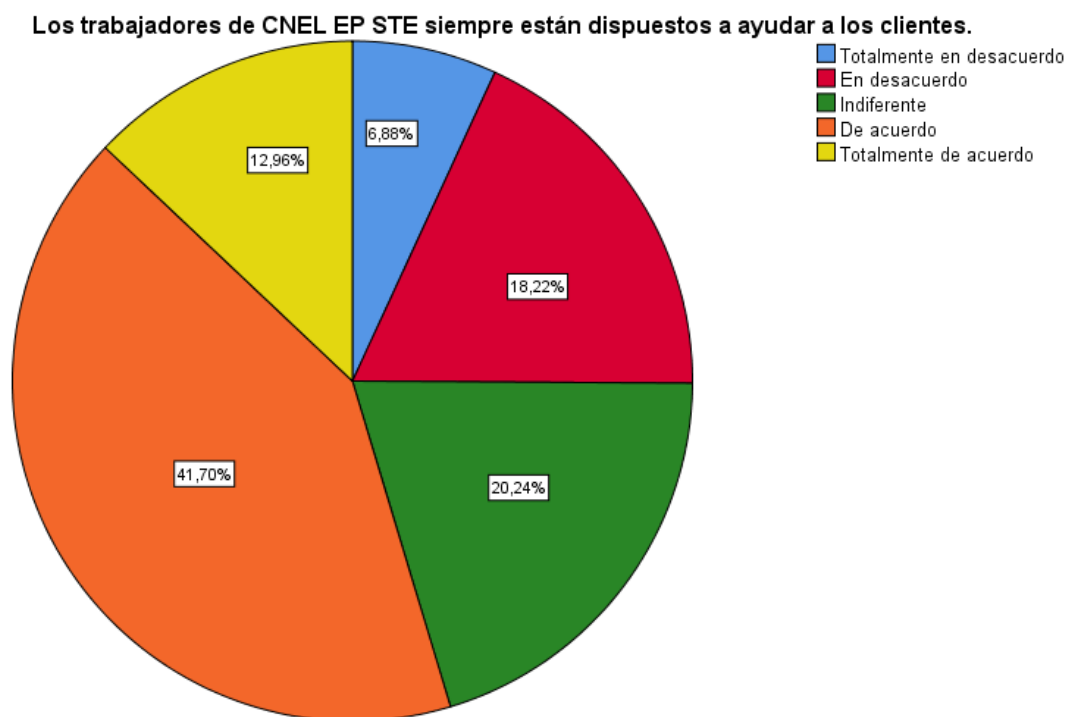
*Nota:* Elaborado por el autor.

**Interpretación:** El 42.91% afirmó que son atendidos rápidamente por los trabajadores de CNEL, para un 20.24% le es indiferente, mientras que el 36.85% no está de acuerdo en la rapidez de atención, punto de inflexión clave en los resultados globales.

**Análisis:** Trabajadores rápidos, también es un factor de impacto sobre los usuarios que esperan ser atendidos con agilidad y para los cuales el factor tiempo se vuelve muy demandante, en este punto se tiene que analizar que la rapidez en la atención no solo depende del trabajador, también tiene que ver con la facilidad que le otorgan las herramientas de trabajo que tienen a disposición, si traemos el primer resultado recordamos que existe una opinión dividida en la modernidad de los equipos de CNEL.

**Figura 13**

*Afirmación 12 Capacidad de Respuesta – SERVPERF*



*Nota:* Elaborado por el autor

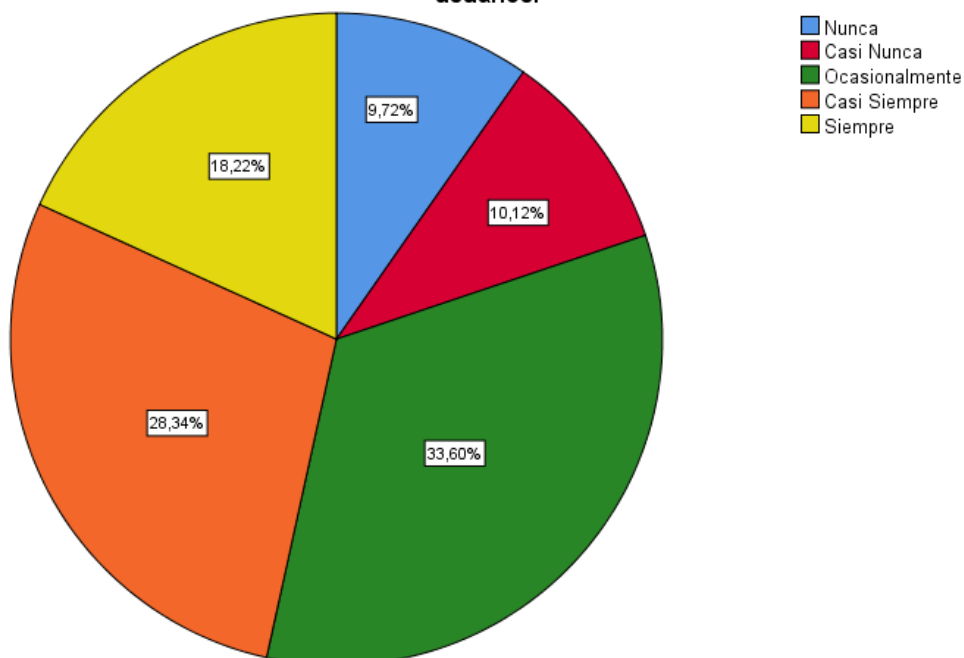
**Interpretación:** El 41.70 % de los usuarios se encontró de acuerdo, con la disponibilidad de siempre ser ayudados por parte de los trabajadores del área comercial de CNEL STE, para el 12.96% con mucha más razón, mientras que para un 25.1% aproximadamente  $\frac{1}{4}$  de la muestra no se encontraron de acuerdo con esta afirmación.

**Análisis:** La disposición de los trabajadores de atención al cliente, también marca un factor de importante impacto en la evaluación de la calidad del servicio, pues puede marcar una tendencia, pues para el 20,24% de ellos le es indiferente, solo esperan obtener el servicio más no lo que este competa.

**Figura 14**

*Afirmación 13 Capacidad de Respuesta – SERVPERF*

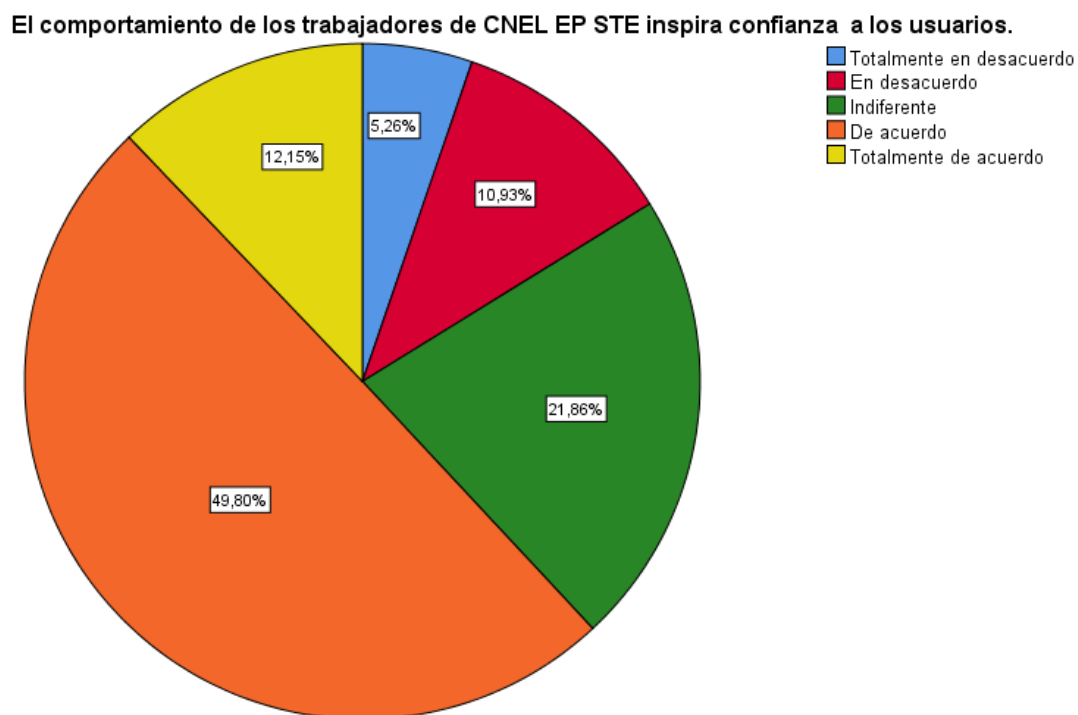
**Los trabajadores de CNEL EP STE están disponibles en todo momento para responder a las preguntas de los usuarios.**



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** El 33.60% aseveró que ocasionalmente están todos los trabajadores disponibles en atenderlos, muchos de estos asimilaron esta situación como las cajas de los bancos, el 46.56 % siempre encuentran disponibilidad , en contraste con un 19.84% que nunca la encuentra.

**Análisis:** La disponibilidad en todo momento de los balcones de atención al cliente es muy importante para la atención y juicio de los usuarios, esto también influye en la capacidad de respuestas que ellos tengan, pues a mayores ventanillas disponibles, mayor número de usuarios son atendidos y se mejoran los tiempos de atención.

**Figura 15***Afirmación 14 Seguridad – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor

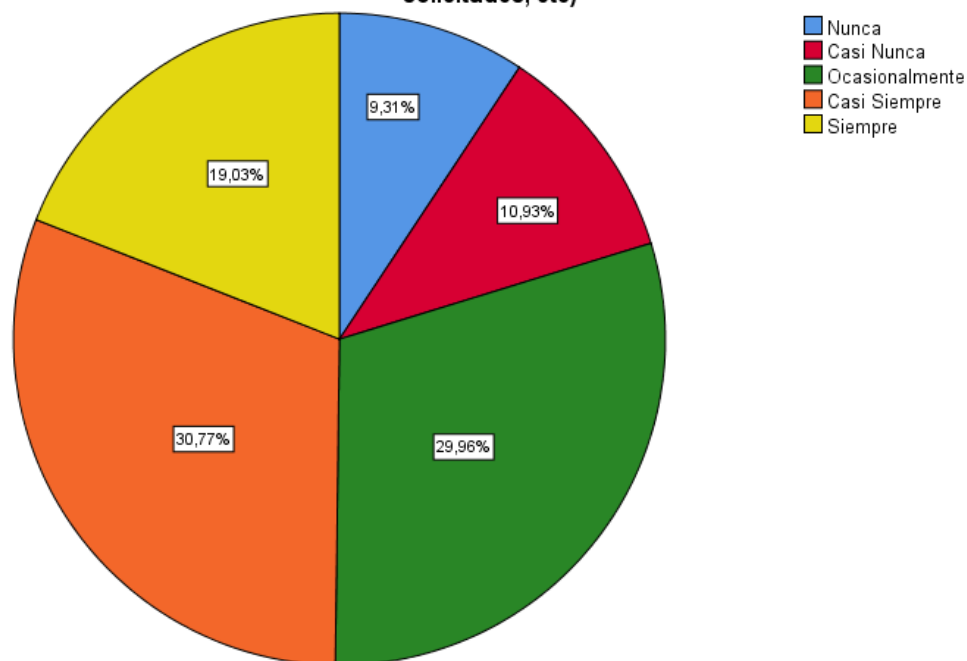
**Interpretación:** Aproximadamente la mitad de la muestra, el 49.80% está de acuerdo en que los trabajadores de CNEL STE, le brindan la confianza necesaria, el 12.15% con más énfasis, lo que resulta muy bueno en una empresa de prestación de servicios, salvo el 21.86% que le resultó indiferente, y el 16.19% que se encontró en desacuerdo, respecto a la confianza que perciben de los trabajadores internos de la distribuidora.

**Análisis:** Trabajadores que generen confianza en los clientes, también es otro factor de dominio en la percepción que resulta en los usuarios respecto a la calidad del servicio que se les está brindando, pues esto concluye en hacer sentir seguro a los usuarios en lo que van a requerir.



**Figura 16***Afirmación 15 Seguridad – SERVPERF*

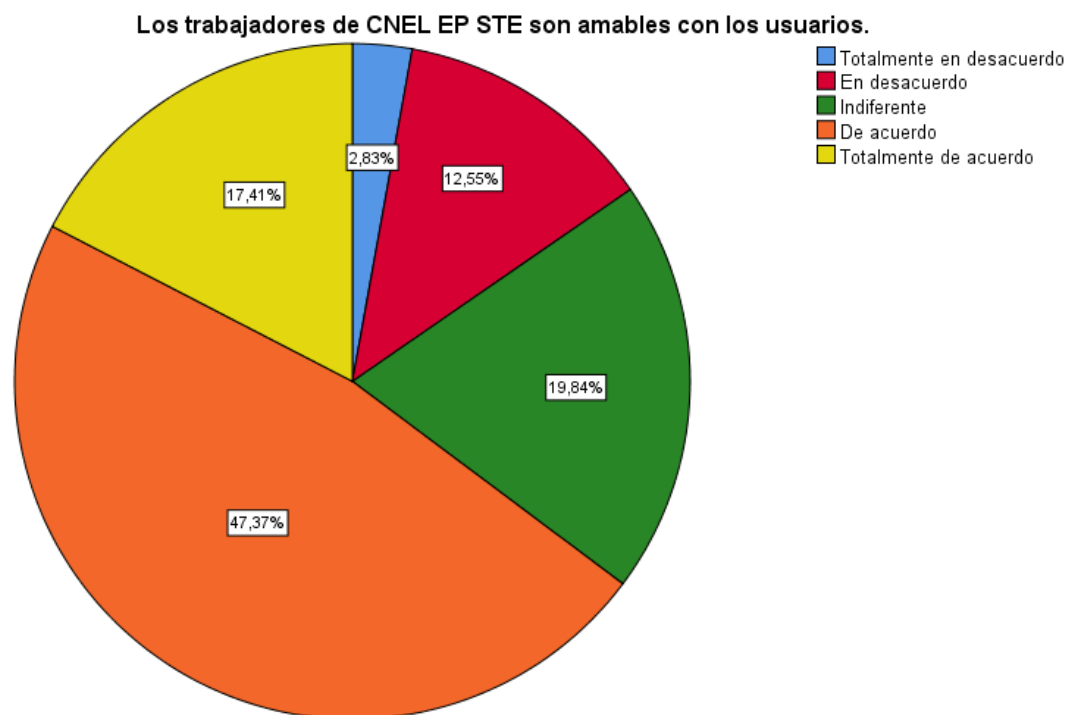
**Siente seguridad en las transacciones que realiza con los empleados de CNEL EP STE ( pagos, reclamos, solicitudes, etc)**



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** De esta afirmación el 49.8% siempre sienten seguridad en las transacciones que realiza con los mismos trabajadores, mientras que un 29.96% dijo que ocasionalmente, el 20.24% dijo también nunca sentir confianza en las transacciones conforme la realizan los trabajadores.

**Análisis:** Con esta respuesta se marca algo de contradicción con el resultado anterior, pues la mayoría de los usuarios sienten que los trabajadores le generan confianza, de este resultado se puede mencionar que confianza no es garantía de darle seguridad al usuario respecto a sus solicitudes, aquí influye el factor error humano al que siempre estamos sujetos.

**Figura 17***Afirmación 16 Seguridad – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor

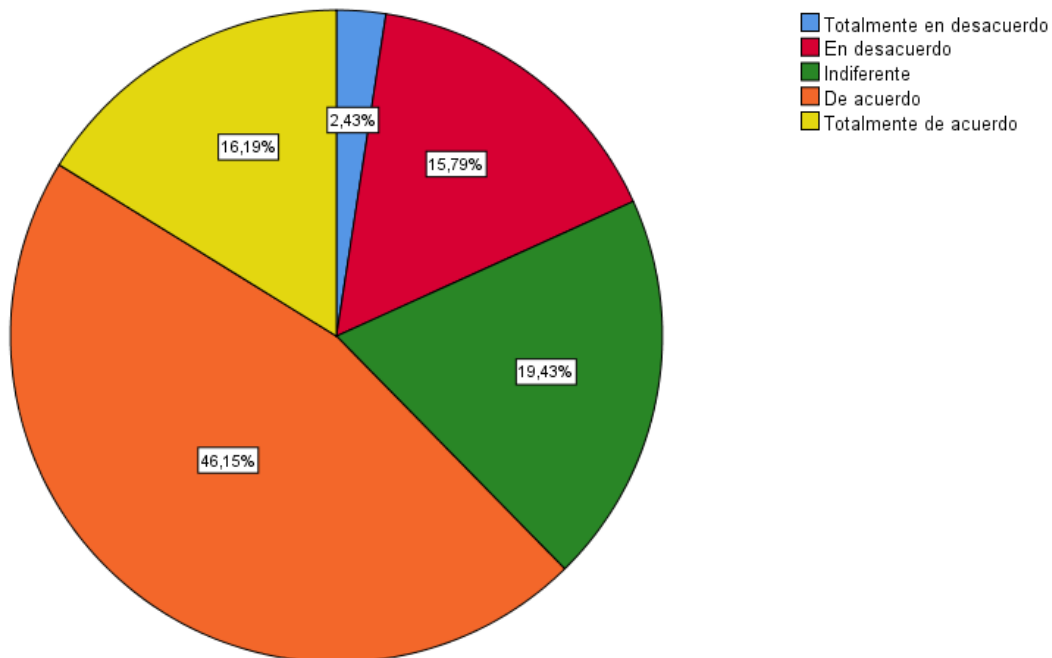
**Interpretación:** El 64.78% de los encuestados calificó sentir un trato amable por parte de empleados de CNEL STE, para el 19.84% le es indiferente este trato, finalmente para el 15.38% se encontraron en desacuerdo con el trato amable recibido.

**Análisis:** Un buen trato por parte de los trabajadores de la empresa, también harán tener una buena percepción y juicio por parte de los usuarios, la amabilidad se vuelve un factor abstracto, pues para los usuarios que consideran indiferente, se puede asumir que solo buscan llevar consigo el servicio mas no lo que incluya esta prestación.

## Figura 18

### Afirmación 17 Seguridad – SERVPERF

Los empleados de CNEL EP STE tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los usuarios.



*Nota:* Elaborado por el autor

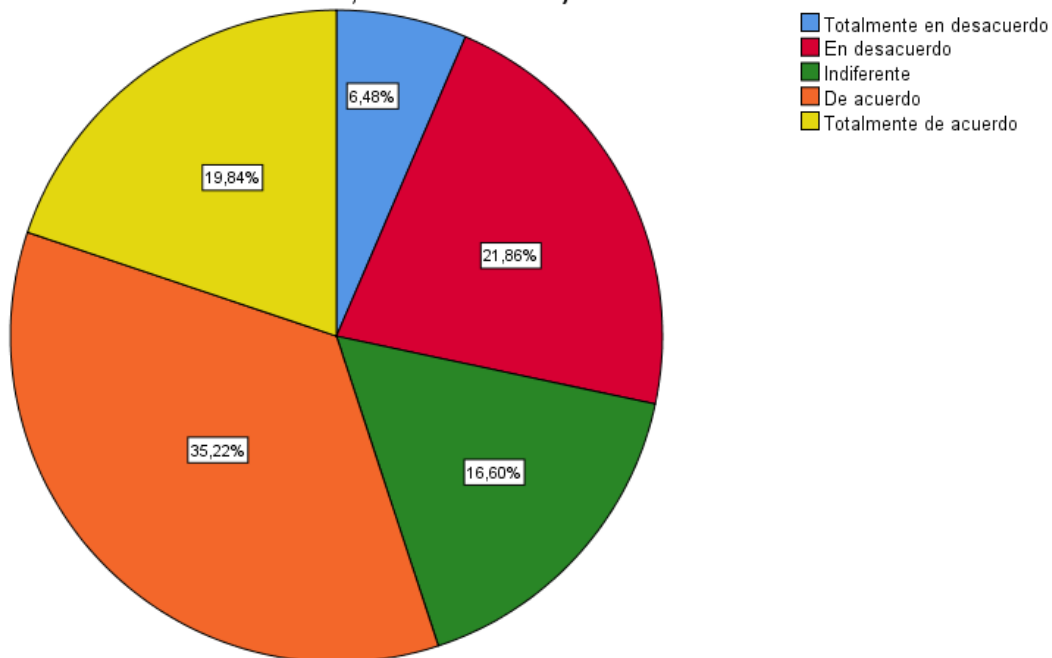
**Interpretación:** En este apartado el 18,22% de lo encuestado manifestaron estar en desacuerdo, por lo tanto, se debe analizar en profundidad esta percepción por parte del usuario, al momento de asistir para ser atendido.

**Análisis:** Que el personal de una empresa se encuentre totalmente capacitado para atender a los clientes en los diferentes tipos de solicitudes es primordial en la atención de un servicio, al final del proceso esto marca puntos adicionales en la seguridad que se proyecte ante el usuario en su requerimiento, inclusive pudiendo llegar a catalogar al servicio como libre de errores.

**Figura 19**

*Afirmación 18 Empatía – SERVPERF*

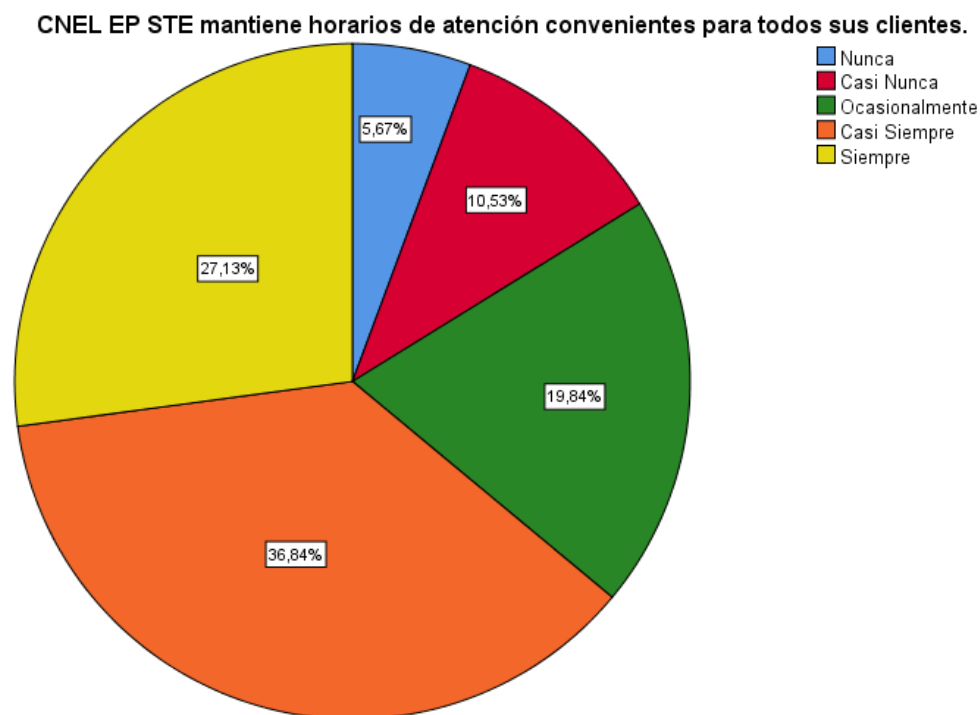
Los servicios que ofrece CNEL EP STE ( Instalación de Medidores, Toma de Lectura y Facturación, Corte y Reconexión de Servicio, Servicio al Cliente) a sus cliente son correctos.



*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** En términos generales los servicios que ofrece el área comercial como son medidores, toma de lecturas, cortes, facturación, el 55.06% de los encuestados manifestó que son correctos, salvo el punto de inflexión el 28.34% considerable que se encontró en desacuerdo con dicha afirmación.

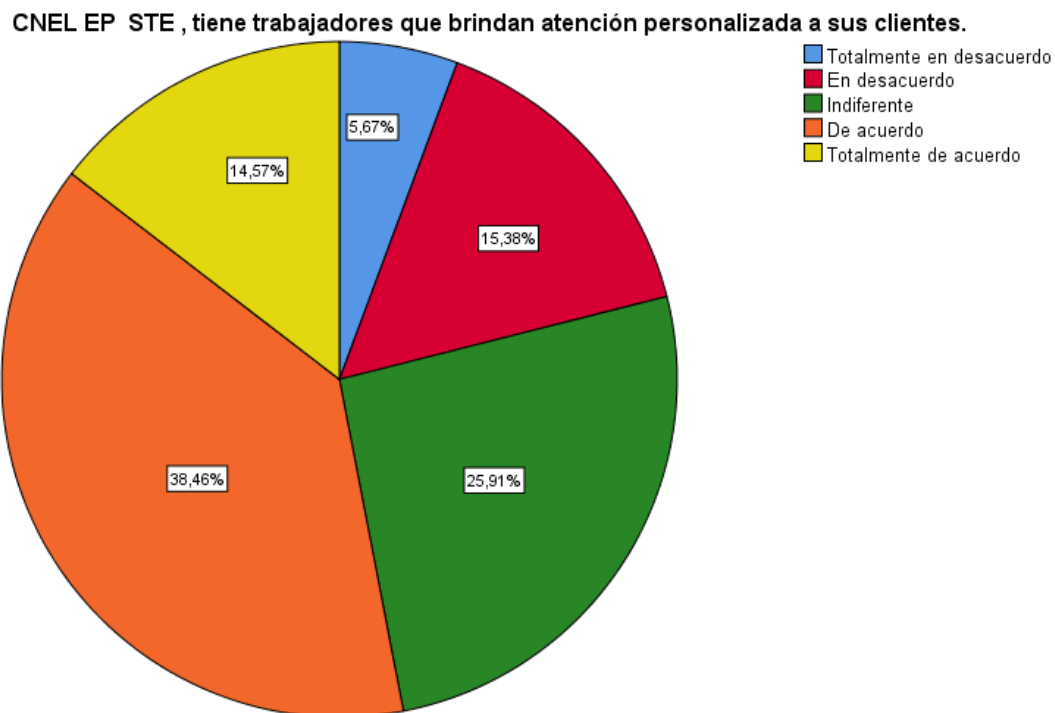
**Análisis:** Los diferentes servicios comerciales que ofrece CNEL son el dinamismo de la evaluación de la calidad comercial, por lo tanto, se debe poner atención en aquellos usuarios que mencionaron estar en desacuerdo para ver falencias, errores y tomar medidas correctivas para mejorar una puntuación global.

**Figura 20***Afirmación 19 Empatía – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** El 63.97% de los usuarios mencionó que siempre son convenientes los horarios que mantiene la agencia para su atención, para un 19.84% le pareció que ocasionalmente, mientras que el 16.2% le pareció que nunca, importante mencionar que en esta afirmación el usuario mencionó que sería bueno aumentar al menos una hora la atención de la agencia.

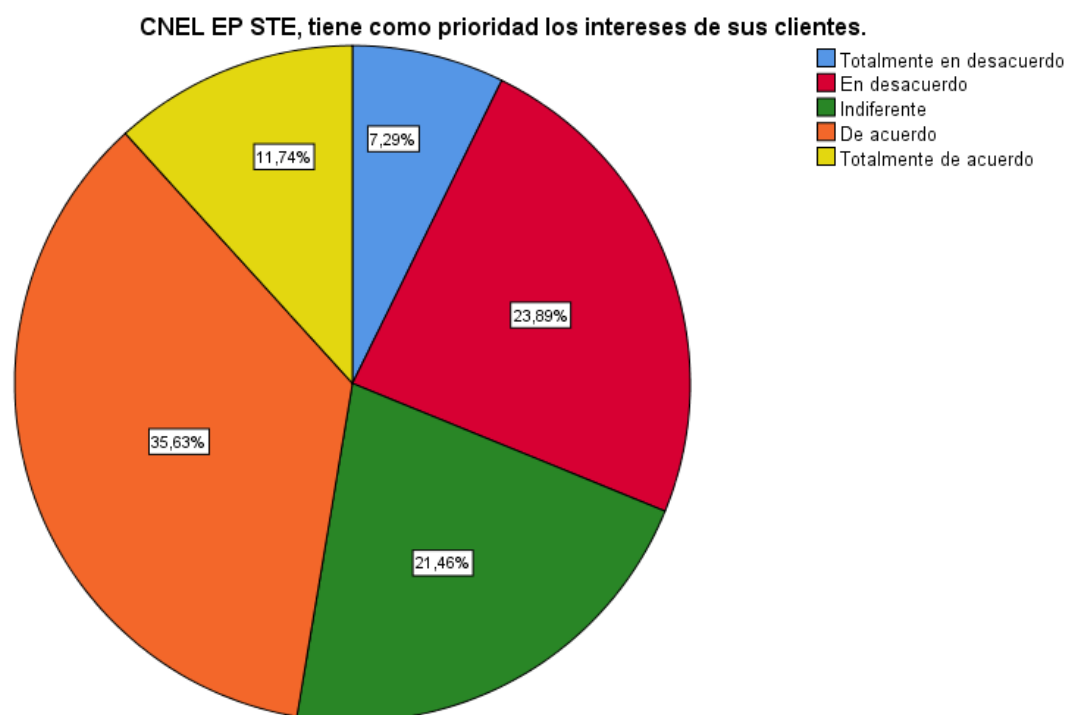
**Análisis:** Los horarios de atención de la distribuidora debe ir acorde la jornada laboral, gran parte de los encuestados considera adecuados los horarios, sin embargo, quienes creen que se debería aumentar el horario de atención, se convierte en un escenario poco probable en la agencia, pues se debería ir por los medios digitales como segunda opción.

**Figura 21***Afirmación 20 Empatía – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** El 38.46% de los encuestados aseguró recibir atención personalizada ya sea en domicilios o en balcones de atención, para el 25.91% le es indiferente este tipo de atención, mientras que otros como el 5.67% y 15.38% se encontró en desacuerdo con la atención personalizada.

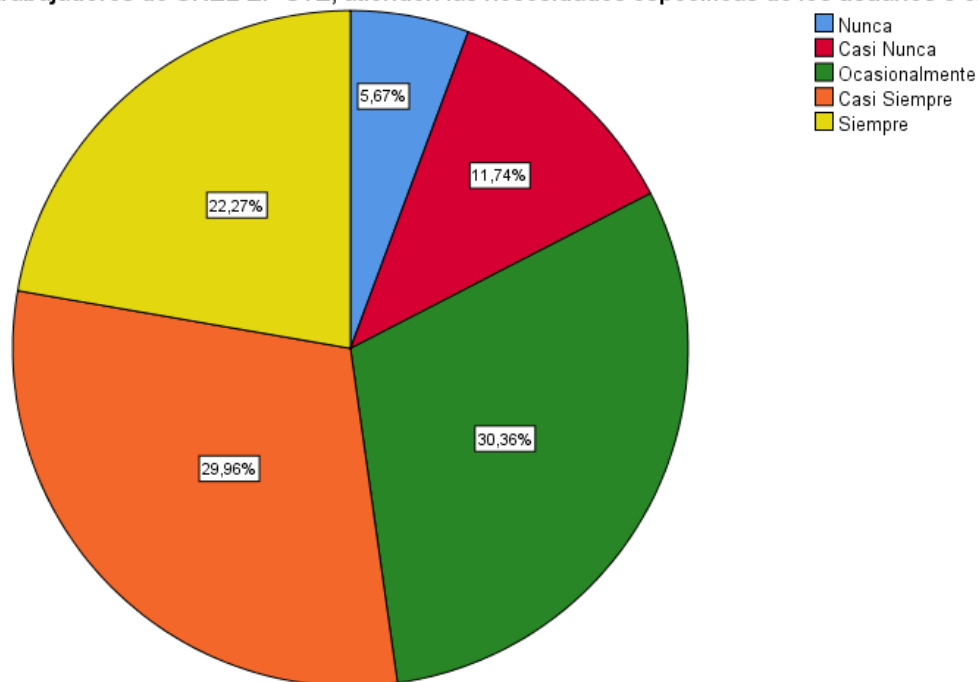
**Análisis:** Efectivamente CNEL cuenta con atención personalizada en balcones de atención y en específico por el personal técnico en los hogares, que para varios le parezca indiferente y para una pequeña cantidad se encuentren en desacuerdo, tal vez se puede citar de las respuestas anteriores la falta de disponibilidad que en ocasiones sienten los clientes.

**Figura 22***Afirmación 21 Empatía – SERVPERF*

*Nota:* Elaborado por el autor.

**Interpretación:** Se les preguntó a los usuarios sobre la prioridad que les da CNEL STE a sus intereses como clientes del servicio, el 35.63% y 11.74% aseveró que la distribuidora prioriza a los clientes sobre otras prioridades que esta tenga, para un 21.46% fue indiferente y un 31.18% se encontró en desacuerdo con esta afirmación, es decir CNEL tiene otras prioridades que el bienestar de sus usuarios.

**Análisis:** Que los usuarios sientan que en la prestación del servicio eléctrico por parte de CNEL , su bienestar y goce del servicio sea una prioridad marca un precedente importante en la percepción y juicio que estos tengan, pues de ahí nace la generación de mayor confianza, seguridad y empatía de ellos hacia la empresa.

**Figura 23***Afirmación 22 Empatía – SERVPERF***Los trabajadores de CNEL EP STE, atienden las necesidades específicas de los usuarios o clientes.***Nota:* Elaborado por el autor

**Interpretación:** El 22.27% y 29.96% de los usuarios manifestó que sus necesidades puntuales son siempre atendidas por parte de la empresa eléctrica, para un 30.36% le es indiferente, tal vez no le interese ser atendido de manera eficaz, dado que el 17.41% dijo que nunca han tenido respuestas específicas a sus solicitudes

**Análisis:** Ser atendidos de manera prioritaria y específica juega un rol muy importante para la valoración de la calidad y se la puede asociar con otros resultados, pues va de la mano la capacidad de respuesta, seguridad y confianza que obtenga el usuario en su solicitud, pues este notará que se atiende su solicitud de manera clara y concreta optimizando tiempos y recursos.



### 3.2.2 Análisis General de la Encuesta

**Tabla 11**

*Resumen General de Encuestas*

Ítem	Dimensiones Modelo Servperf	Media Individual	Media por dimensión	Media Global	% Calidad
<b>Elementos Tangibles</b>					
1	Afirmación 1	3,23			
2	Afirmación 2	3,16	3,45		
3	Afirmación 3	3,91			
4	Afirmación 4	3,49			
<b>Fiabilidad</b>					
5	Afirmación 5	3,26			
6	Afirmación 6	3,37			
7	Afirmación 7	3,4	3,24		
8	Afirmación 8	2,87			
9	Afirmación 9	3,3			
<b>Capacidad De Respuesta</b>					
10	Afirmación 10	3,33			
11	Afirmación 11	3,1	3,29	3,39	67,8%
12	Afirmación 12	3,36			
13	Afirmación 13	3,35			
<b>Seguridad</b>					
14	Afirmación 14	3,53			
15	Afirmación 15	3,39	3,54		
16	Afirmación 16	3,64			
17	Afirmación 17	3,58			
<b>Empatía</b>					
18	Afirmación 18	3,4			
19	Afirmación 19	3,69			
20	Afirmación 20	3,41	3,44		
21	Afirmación 21	3,21			
22	Afirmación 22	3,51			

*Nota:* La presente tabla muestra el resumen general de la encuesta, por dimensión y afirmación, en donde se puede encontrar la media individual, media por dimensión, media global, el % de percepción de calidad calculado y la brecha entre el valor óptimo de calidad y el real obtenido del instrumento de información.

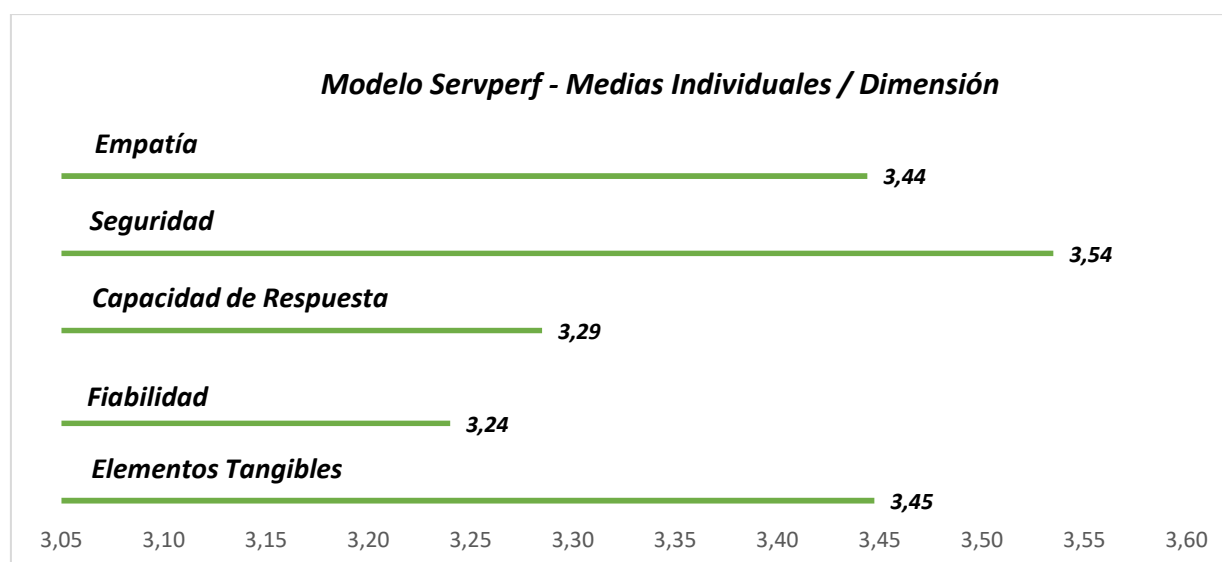
La encuesta fue realizada de 2 maneras , mediante formularios de Google Forms y de manera presencial, con el siguiente alcance:

- 149 respuesta, gracias a difusión en línea a diferentes usuarios del servicio eléctrico de la provincia.
- 98 encuestas presenciales, entre los que se encuentran clientes que asistieron a la agencia y moradores de la parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, lugar de residencia del investigador.

De la toma de información y posterior tabulación, gracias a la disposición y ayuda de los encuestados, para las 5 dimensiones del modelo Servperf, se obtuvieron las siguientes medias en base a la muestra, tal como detalla la figura 24.

**Figura 24**

*Medias por dimensión - Modelo Servperf*



*Nota:* Elaborado por el autor

De la evaluación se observa que las puntuaciones más bajas , se encuentran en la dimensión de capacidad de respuesta y fiabilidad, que se convertirán en el punto de partida para la posible propuesta que surja del estudio.

De las encuestas realizadas personalmente a los usuarios se puede recabar información valiosa, que además de dar una respuesta a la pregunta, supieron manifestar comentarios

adicionales, que fueron de gran ayuda para la visualización de los resultados y encaminar una buena propuesta a la problemática.

De la primera dimensión **elementos tangibles**, refleja como promedio un valor de 3.45/5, lo que significa que la media muestral se encuentra en estado neutral conforme las instalaciones de la empresa, la modernidad de los equipos, la presencia de los trabajadores, sin embargo en la valoración individual gran porcentaje de ellos aseguraron su importancia, un caso a relucir en esta sección fue la apariencia del personal operativo consideran no adecuada, punto que se debe tomar con mucha atención pues son estos quienes dan atención personalizada a los usuarios.

De la segunda dimensión **fiabilidad** que demuestra CNEL STE en la evaluación de la calidad del servicio se encuentra en 3.24/5, ni próximo a 4 que es la puntuación considerada como buena, lo cual significa que el usuario siente desinterés en la atención de sus solicitudes, además que CNEL no cumplió con las mejoras prometidas, ni con los tiempos de espera, es más no recibieron un servicio correcto, esto permite aseverar la afirmación 8 con la puntuación más baja en toda la evaluación 2.87 puntos, que según lo manifestado por los usuarios se puede citar:

- La facturación presenta mayor error que otros servicios
- Constantes reclamos, siempre existe novedad que mencionar sobre el servicio
- Forma en cómo se toman las lecturas (rápidas poco convencibles)
- Solicitudes no atendidas por factores como información o cantidad de requisitos
- Falla en instalaciones que provocan quema y daños de equipos en domicilio.

De La tercera dimensión **capacidad de respuesta** la valoración se encuentra en una media de 3.29/5, definitivamente el usuario espera un servicio con respuestas más rápidas, mayor y mejor disposición y disponibilidad de los trabajadores en especial de los balcones de servicio al cliente, pues el común denominador que afecta esta dimensión es el tiempo de espera en la atención de las solicitudes. Si hablamos de capacidad de respuesta es necesario incluir en este apartado el servicio de Corte y Reconexión de Servicio, los usuarios supieron manifestar la agilidad para efectuar el corte, mas no la respuesta inmediata a la reconexión previo pago.

De la cuarta dimensión **seguridad**, con un valor promedio de 3.54/5 , el más alto de las dimensiones, pero no el valor óptimo deseado, deja ver que los usuarios deben sentirse más

seguros en la prestación del servicio, ya sea en el comportamiento, amabilidad, seguridad en transacciones que demuestre el empleado hacia el usuario, y sin dejar de lado algo muy importante el conocimiento y preparación que demuestren los trabajadores ante el cliente.

La quinta y última dimensión **empatía**, situada en tercer lugar con una puntuación de 3.44/5, esta valoración muestra el panorama en donde el usuario necesita una mejor atención personalizada, ya sea en agencia o en domicilio, así mismo como sentir que la prioridad de CNEL STE, es brindarle al usuario un servicio de calidad, no otros intereses que estos crean.

De la evaluación individual de las cinco dimensiones, se pasa a la evaluación global de la calidad del servicio comercial que brinda CNEL STE a sus usuarios finales, esta se encuentra valorada en una media global de 3,39/5 , correspondiente al 67,8% de percepción de calidad por parte de los usuarios según la siguiente tabla.

**Tabla 12**

*Puntuación – Escala de Calidad*

<b>Puntuación</b>	<b>Descripción</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	Pésimo	[0 – 20]%
2	Malo	[20 – 40]%
3	Regular	[40 – 60]%
4	Bueno	[60 – 80]%
5	Excelente	[80 – 100]%

*Nota:* Escala definida por el autor.

La media global 3,39 en la escala de puntuación se encuentra más próximo a 3 (Regular) que a 4 (Bueno), pese a que en nivel porcentual se sitúe como bueno, esto indica que los usuarios tienen una percepción de la calidad de servicio comercial que CNEL STE les brinda como REGULAR, lo que es un indicio claro para que el área comercial y departamentos competentes, junto con SAC (Servicio de Atención al Cliente) tome en consideración, para mejorar la prestación de los servicios y a su vez percepción sobre los usuarios, pues son estos quienes al final califican el servicio recibido.

### 3.2.3 *Análisis de Entrevista*

De la conversación con los dos profesionales de área comercial, tanto el Líder de Atención al Cliente como el jefe de Operaciones Comerciales, se obtiene información relevante focalizada en las dos variables del objeto de investigación.

La interpretación de la información en la entrevista resulta de mucha utilidad, para esclarecer supuestos y formalizar de mejor manera una posible propuesta ante los antecedentes de investigación.

La mención de ambos profesionales converge a que la evaluación de la calidad del servicio por medio de indicadores es netamente para ellos como distribuidora del servicio en el cumplimiento de los objetivos de área de operación ante el ente regulador, así mismo mencionan que para la evaluación ante los usuarios son estos quienes finalmente emiten su juicio conforme el servicio recibido en tiempos de atención, reclamos, disponibilidad, etc. Por lo que permite notar que las variables de investigación y la naturaleza del caso, se alinean a los supuestos planteados en la primera sección del trabajo.

Para el jefe de operaciones comerciales, todos los factores involucrados en la prestación de servicio intervienen en el cálculo y desarrollo de los indicadores, un factor importante que se mencionó es la información presentada por los usuarios, incompleta y desactualizada juega un rol importante para atender en tiempos normados, como CNEL ellos se comprometen en dar las directrices correctas.

Mientras que para el Líder SAC el principal factor que intercede ante los siete indicadores, es la falta o demora en contratación pública del servicio técnico especializado, para las actividades principales del área comercial, como lo es las tomas de lectura, instalaciones de medidores, corte y reconexión del servicio, así como también el factor político que involucra constante cambio de administración y retrasa estos procesos.

Es importante mencionar también el estado en el que se encuentren los medidores de energía, varios de estos obsoletos, dentro de los domicilios donde el lector no tiene acceso y fallas humanas propias del lector al tomar el dato y error humano en cálculos de consumos son factores que afectan directamente el indicador PEF .

Hablando de contratación de servicio, aún existe una brecha entre las empresas contratadas, específicamente con el personal que brinda el servicio en los domicilios de los usuarios, una brecha entre la calidad y el servicio, pues los dos profesionales consideran que los requisitos de contratación son mínimos para este personal, sabiendo que se solicita personal especializado, por eso una de las tareas por parte de CNEL , es capacitar e inducir al personal de planta y externo para la buena prestación del servicio, pero consideran que deben hacerlo con mayor continuidad.

Para el jefe de operaciones comerciales un factor que juega en contra es la modernidad y vanguardia en tecnología, gran porcentaje del personal contratado cuenta con la experiencia suficiente en contratos, pero con métodos antiguos de trabajo, lo que juega en contra para dar un servicio óptimo y de calidad, por lo que se los debe evaluar constantemente.

De los efectos producidos por el incumplimiento de los indicadores se pueden citar los siguientes puntos:

- ANS, CNS afecta el bienestar primero del cliente, y para la distribuidora la falta de facturación que termina en aumento de pérdidas comerciales.
- PRS, la no reconexión inmediata del servicio, post pago afecta a la recaudación, e incide en reclamos en demora en el servicio.
- PEF, facturas con errores, notablemente deja ver que existe errores por parte de las tomas de lecturas, y afecta la cartera de la unidad de negocio.
- TPR, PRS en la atención y resolución de reclamos, ha llevado a instancias legales con varios usuarios, al no resolver sus reclamos en tiempos establecidos, o en otro escenario reembolsar dinero a los usuarios al salir su reclamo resuelto a su favor, lo que se convierte en pérdidas para CNEL, por la prestación inadecuada del servicio, la causa común de estos reclamos son daños de equipos y facturas con valores elevados.

Para el líder de atención al cliente, sobrellevar estas novedades implica que CNEL mantenga la prestación de los servicios los 365 días del año, con personal capacitado, mano de obra y materiales necesarios, mientras que el jefe de operaciones comerciales junto con el plan de instalación de medidores, apuestan a que este accionar les permitirá ofrecer un buen servicio y así poder mantener los indicadores en niveles adecuados.

De lo establecido en la regulación la sienten ambigua y se encuentran en ocasiones limitados, pese a que se ha reformado los tiempos en días en ciertos indicadores, en otros es necesario aumentar los tiempos, pues la regulación es la evaluadora, pero los conocedores de los procedimientos internos que se debe realizar para atender un reclamo o solicitud son ellos. Existe la segmentación de tipos de reclamos, pero se debe focalizar, puntualizar y analizar casos especiales (presentados a diarios) para proponer reformas que sí son necesarias en la evaluación y prestación de servicios.

En términos generales los dos profesionales sienten estar vulnerables a los reclamos diarios de diverso tipo, los indicadores que se cumplen en atención, aprobación o reprobación tienen que ver con la factibilidad que brinde el usuario, que en el mayor de los casos está presto a reclamar por creer que se está brindando un mal servicio, en lugar de colaborar y alinearse a los procedimientos. Como en toda empresa están susceptible a los errores, y dispuestos a atender las solicitudes diarias, dispuestos a mejorar y disminuir incidencias, pues de esto también depende su evaluación de desempeño profesional.

### ***3.2.4 Comprobación de Hipótesis***

Para el ejercicio de comprobación de hipótesis, si la evaluación de la calidad del servicio a través de los usuarios, en lugar de indicadores mejorará la percepción de un servicio de calidad, el investigador definió la media muestral  $\mu = 4$ , como valor de prueba, mismo que indica una percepción de la calidad del servicio como buena por parte del usuario, tal como se menciona en la tabla 11, es decir mayor o igual a 4 se percibirá un servicio de calidad.

#### **Regla de decisión:**

Para la evaluación el software SPSS, cuenta con la prueba para muestra mediante la T-student, en este caso se establece lo siguiente:

Si el nivel de significancia (p valor) es menor a 0,05 ( $\alpha$ ), rechazo la hipótesis nula.

A continuación, se presentan las respectivas tablas de estadística y prueba de la muestra para posterior, la toma de decisión.

**Tabla 13***Estadístico para la muestra*

	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Desviación</b>	<b>Desv. Error promedio</b>
<b>Elementos Tangibles</b>				
Afirmación 1	247	3,23	1,164	0,074
Afirmación 2	247	3,16	1,12	0,071
Afirmación 3	247	3,91	1,02	0,065
Afirmación 4	247	3,49	0,887	0,056
<b>Fiabilidad</b>				
Afirmación 5	247	3,26	1,115	0,071
Afirmación 6	247	3,37	1,199	0,076
Afirmación 7	247	3,4	1,062	0,068
Afirmación 8	247	2,87	1,25	0,08
Afirmación 9	247	3,3	1,249	0,079
<b>Capacidad de Respuesta</b>				
Afirmación 10	247	3,33	1,217	0,077
Afirmación 11	247	3,1	1,219	0,078
Afirmación 12	247	3,36	1,127	0,072
Afirmación 13	247	3,35	1,176	0,075
<b>Seguridad</b>				
Afirmación 14	247	3,53	1,015	0,065
Afirmación 15	247	3,39	1,184	0,075
Afirmación 16	247	3,64	1,002	0,064
Afirmación 17	247	3,58	1,017	0,065
<b>Empatía</b>				
Afirmación 18	247	3,4	1,212	0,077
Afirmación 19	247	3,69	1,145	0,073
Afirmación 20	247	3,41	1,089	0,069
Afirmación 21	247	3,21	1,148	0,073
Afirmación 22	247	3,51	1,129	0,072

*Nota:* Elaborado por el autor



Tabla 14

*Prueba para la muestra*

	Valor de prueba = 4				95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Inferior	Superior
	Afirmación 1	-10,441	246	0,000	-0,773	-0,92
Afirmación 2	-11,812	246	0,000	-0,842	-0,98	-0,70
Afirmación 3	-1,372	246	0,171	-0,089	-0,22	0,04
Afirmación 4	-9,107	246	0,000	-0,514	-0,63	-0,40
Afirmación 5	-10,385	246	0,000	-0,737	-0,88	-0,60
Afirmación 6	-8,281	246	0,000	-0,632	-0,78	-0,48
Afirmación 7	-8,869	246	0,000	-0,599	-0,73	-0,47
Afirmación 8	-14,249	246	0,000	-1,134	-1,29	-0,98
Afirmación 9	-8,812	246	0,000	-0,700	-0,86	-0,54
Afirmación 10	-8,678	246	0,000	-0,672	-0,82	-0,52
Afirmación 11	-11,638	246	0,000	-0,903	-1,06	-0,75
Afirmación 12	-8,974	246	0,000	-0,644	-0,79	-0,50
Afirmación 13	-8,655	246	0,000	-0,648	-0,80	-0,50
Afirmación 14	-7,332	246	0,000	-0,474	-0,60	-0,35
Afirmación 15	-8,060	246	0,000	-0,607	-0,76	-0,46
Afirmación 16	-5,652	246	0,000	-0,360	-0,49	-0,23
Afirmación 17	-6,510	246	0,000	-0,421	-0,55	-0,29
Afirmación 18	-7,770	246	0,000	-0,599	-0,75	-0,45
Afirmación 19	-4,223	246	0,000	-0,308	-0,45	-0,16
Afirmación 20	-8,531	246	0,000	-0,591	-0,73	-0,45
Afirmación 21	-10,859	246	0,000	-0,794	-0,94	-0,65
Afirmación 22	-6,761	246	0,000	-0,486	-0,63	-0,34

*Nota:* Elaborado por el autor

**Toma de decisión:** Con la media muestral  $\mu = 4$  establecida y la regla de decisión, se obtiene como resultado el rechazo de la hipótesis nula y aceptación de la alterna. De los resultados de las afirmaciones, según la tabla 13 solo la afirmación 3 con valor de significancia  $0,171 > 0,05$  permite aceptar la hipótesis nula, mientras que de las otras 21 afirmaciones  $0,00 < 0,05$  se acepta la hipótesis alternativa. Es decir, con un 4.54% de las afirmaciones rechazo la hipótesis alternativa, mientras que el 95,45% rechaza la hipótesis nula, afirmando entonces que:

Evaluar la calidad del servicio comercial a través de los usuarios, en lugar de indicadores globales mejorará la percepción de la calidad del servicio que están recibiendo.

### 3.3 Discusión

Argumentando en base a los resultados obtenidos en la presente investigación, se destacan los siguientes datos:

Refieren los autores (Levy & Carrasco, 2020) que en promedio los países latinos gozan de una mejor calidad de los servicios eléctricos, a diferencia de otras regiones del mundo, haciendo énfasis que en la región latinoamericana es donde menos días los usuarios del servicio deben esperar para conectarse a la red previo la solicitud de suministro, a diferencia de regiones como África los usuarios esperan hasta 37 días hábiles.

Los parámetros de evaluación de los niveles de calidad del servicio eléctrico se encuentran establecidos en las regulaciones eléctricas donde se encuentran definidos los indicadores utilizados para medirla. En este estudio se revisaron las regulaciones de países como Argentina, Brasil, Panamá, Perú y efectivamente la regulación de comercialización y distribución ecuatoriana.

De esta revisión centrada en 3 principales indicadores ANS, PRS, TPR directamente relacionados con el goce y bienestar del usuario respecto al servicio eléctrico no se encontró mayor novedad, el ANS en los países mencionados se encuentra en promedio en 5 días con diferencia de  $\pm 2$  días para la instalación del servicio, dependiendo la zona de cobertura.

El PRS o reconexión del servicio a diferencia de Argentina, Brasil, Panamá y Perú con 24 horas de respuesta, en Ecuador la conexión se da entre 10 a 24 horas de espera, por lo que se puede mencionar que nuestro país es relativamente rápido a diferencia de los otros en reposición del servicio.

En TPR o tiempo en días de resolución de reclamos en nuestro país, los reclamos comerciales que fueron los de interés en este estudio se resuelven dentro de 5 días una vez presentados, mientras que, en los demás países en 15 días, por lo tanto, se deja ver claramente que en tiempos de respuestas la regulación ecuatoriana cuenta con menores tiempos estipulados.

Al no existir una diferencia contundente se puede mencionar que los países latinos están alineados en tiempos y respuestas, pues de quererse realizar alguna reforma en la regulación ecuatoriana deberían proponerlas los profesionales del área comercial al ente regulador, pues ellos son conocedores de los tiempos reales que conllevan atender los diferentes tipos de solicitudes.

En su trabajo de investigación Orrala (2022) en CNEL STE aplicando el modelo Servperf obtuvo el análisis de calidad en el servicio en un 60,5 % del promedio global, este resultado le permitió concluir que la calidad se encuentra en nivel medio por lo que se puede aludir en primera instancia insatisfacción por parte de los usuarios.

En el presente estudio, realizado un año más tarde , la evaluación de la calidad del servicio comercial por parte de los usuarios se encuentra en un 67,8% una diferencia de 7,3 puntos considerables que permiten asumir una mejoría en la percepción de la calidad por parte de los usuarios, y por su puesto en la gestión interna de CNEL, cabe destacar que un 67,8% no es mala puntuación, pero tampoco buena o la óptima puntuación que necesita un servicio (> 90%) para ser considerado de calidad.

De las cinco dimensiones del modelo y en contraste con los resultados del estudio anterior, se puede mencionar que en tema de seguridad hacia los clientes mejoró al ser la mayor puntuada, seguido de elementos tangible, después la empatía, cabe mencionar que en el estudio de (Orrala , 2022) fue la dimensión más baja del estudio, por lo tanto, a un año diferencia los usuarios están recibiendo mejor trato y respeto considerado.

En las dos últimas posiciones se encuentran la capacidad de respuesta y fiabilidad, en ambos estudios la fiabilidad se encuentra en las últimas posiciones por lo tanto existe una brecha entre el usuario y el servicio en cuestiones de confianza, errores, preparación y disponibilidad que muestran los trabajadores. Esta dimensión se convierte en punto estratégico para la formulación de una propuesta en mejora de la calidad del presente trabajo de investigación.

Habiendo el antecedente de dos investigaciones consecutivas en la calidad del servicio de CNEL STE, con resultado global próximo con modelo Servperf, para futuras investigaciones es recomendable utilizar otro modelo de evaluación de calidad, comparar resultados con la finalidad de encontrar diferencias o puntos de inflexión claves en el proceso.

## CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Como resultado principal de la investigación se obtuvo una percepción de la calidad del servicio comercial como regular por parte de los usuarios, CNEL EP al ser la única proveedora del servicio de electricidad en la región costera del país (no hay otra opción de servicio para elección de los usuarios), debe enfocarse en mejorar la calidad del servicio comercial, el ente regulador ARCERNNR es un evaluador del cumplimiento de los objetivos organizacionales, sin embargo los usuarios son los que finalmente dictan un juicio de valor, sobre el servicio recibido por la distribuidora.

Como producto del tercer objetivo específico pactado en la etapa inicial del trabajo, se presenta la siguiente propuesta denominada “ *Gestión de la Calidad para mejoras continuas en el Servicio Comercial de CNEL Santa Elena*”, mismo que queda en etapa de propuesta con la posibilidad de iniciativa para futuros trabajos con mayor detalle en esta modalidad y campos de investigación.

### **4.1 Justificación:**

De la evaluación de la calidad del servicio mediante el modelo Servperf, las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuestas fueron las dos calificadas con las puntuaciones más bajas 3,24 y 3,29 respectivamente. Del lado de la fiabilidad los usuarios catalogaron al servicio comercial con errores (facturas, solicitudes, reclamos, instalaciones), además de esto CNEL medianamente ha cumplido con las mejoras prometidas en su servicio junto con el poco interés que muestran los trabajadores en solucionar los problemas.

Por la capacidad de respuestas, los clientes y usuarios determinaron que no son atendidos con rapidez en los balcones de servicio, así mismo no encuentran una total disposición de los trabajadores para ayudarlos e inclusive no hay disponibilidad de estos en las ventanillas.

Estos antecedentes puntuales determinados en la investigación afectan de manera directa la satisfacción del cliente y su percepción de calidad del servicio, para fines prácticos del ejercicio se eligió las dos dimensiones citadas en el párrafo anterior con la menor calificación, no sin antes mencionar que para una gestión total de la calidad debe centrarse en las cinco dimensiones del modelo.

Producto de esto nace la propuesta de gestión centrada en la mejora de la calidad con tres líneas de acción como lo son las operaciones comerciales, la atención al cliente y la capacitación al personal de planta y contratado.

### **Figura 25**

*Ejes de acción para la mejora continua de la Calidad del Servicio Comercial*



*Nota* : Elaborado por el autor

### **4.2 Importancia:**

Proponer un plan de mejoras continuas en gestión de la calidad del servicio radica en la gran cantidad de reclamos comerciales por diversos factores que se presentan a diario, en donde se involucran los 3 ejes de acción propuestos y demás que van de la mano. Esta propuesta involucra al área comercial tanto a trabajadores de planta, de servicios técnicos especializados contratados y sobre todo a los usuarios.

El mejoramiento continuo en los procesos internos y de campo, en las operaciones comerciales, la atención y trato hacia el cliente final, junto con el personal idóneo y constantemente capacitado, darán un gran impulso a la mejora de la percepción de la calidad del servicio recibido en las instalaciones de la empresa y en sus hogares a los usuarios de la provincia de Santa Elena, así como la reducción en números de reclamos diarios.

### **4.3 Objetivo:**

Mejorar la percepción de la calidad del servicio comercial por parte de los usuarios, implementando un plan de mejora continua centrada en las operaciones comerciales, atención al cliente y capacitación del personal.

#### 4.4 Plan de mejora continua

**Tabla 15**

*Actividades y beneficios de la propuesta*

<b>Acción</b>	<b>Área Responsable</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Beneficios/Beneficiarios</b>
Capacitar al personal interno y externo en Servicio de Atención al Cliente	SAC (Servicio de Atención al Cliente) Recursos Humanos	Capacitaciones enfocadas en trato y atención al cliente. Métodos en mejoramiento y reducción en tiempos de atención y resolución de solicitudes	Clientes Trabajadores internos y contratados de servicios especializados Mejoramiento de los indicadores TPR / PRR
Inducción , Capacitación y Evaluación continua del personal contratado para servicios técnicos especializados	Área Comercial Departamento de Operaciones Comerciales Departamento de Lectura y Facturación Departamento de Corte y Reconexiones SAR (Servicio de Atención a Reclamos)	Capacitar al personal contratado para brindar servicio especializado a los usuarios en su domicilio, compartiendo y poniendo en conocimiento cada uno de los instructivos de prestación de servicios, con constante evaluación de los mismo.	Empresas Contratadas Usuarios Indicadores ANS, CNS, PEF, PRS Departamentos mencionados.
Nuevas Tecnologías y aplicativos	Área Comercial Departamento de Supervisión de empresas contratadas	Inducción y capacitación en las tecnologías y aplicativos que CNEL incorpora en la ejecución del servicio	Operaciones Comerciales Empresas Contratadas
Buen uso de la energía eléctrica	Área Comercial	Campañas masivas dirigidas a comunicar el buen uso de la energía eléctrica,	Clientes Departamento de Facturación

		enfocado en recomendaciones para la reducción del consumo en los hogares	Reducción de pérdidas de energía de tipo comercial.
Gestión de documentos , requisitos y solicitudes	Servicio de Atención al cliente	Socializar constantemente de manera presencial, difusión de medios, agencia móvil, los diferentes requisitos y documentos que el usuario debe presentar para atención de solicitudes, así mismo procurando la calidad de estos.	Mejor procesamiento de información y atención de solicitudes. Cliente Reducción de tiempos de atención
Balcones de atención al cliente	Servicio de Atención al cliente	Programar una mejor disponibilidad de las ventanillas de atención a los usuarios, con la presencia de los técnicos de atención al cliente.	Clientes Indicador PRC de consultas
Instructivos y Manuales	Operaciones comerciales	Mejoramiento del instructivo y hoja de instalación de nuevo servicio, profundizando en el tipo de cable y conexiones que el usuario debe presentar en sus hogares. (didáctico)	Cliente, uso del servicio Recaudación en cartera de la empresa Indicador ANS y CNS

*Nota:* Elaborado por el autor.

Con estas actividades mencionadas en el presente plan de acción, se propone mejorar actividades que van desde la atención en los balcones de servicios, procurando la presentación y procesamiento de información idónea por parte de los usuarios para ayudar en la atención de sus solicitudes, así como el buen trato hacia el cliente y mejoramiento en los tiempos de respuestas.

Seguido del mejoramiento de las operaciones comerciales con la constante capacitación y evaluación a personal interno con mayor enfoque al personal externo contratado, quienes son los que tienen mayor contacto con el usuario en su domicilio, este mejoramiento en los procesos comerciales impulsará a mantener buenos indicadores de gestión del área comercial, que es beneficio

para la distribuidora en la evaluación de la calidad ante el ente regulador. A esto se le dio el valor agregado del buen uso de la energía eléctrica, esto será de ayuda económica tanto para el usuario y para la distribuidora en factor recaudación y disminución de pérdidas comerciales.

Es necesario aclarar que la propuesta debe ejecutarse enmarcada en el ciclo de Plan, Hacer, Evaluar y Actuar, dentro de la organización



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Se pudo evaluar la calidad del servicio comercial desde la perspectiva de los usuarios, mismos que no están recibiendo un servicio de calidad, del ejercicio se encontró que perciben un servicio regular.

Al hablar de la evaluación de la calidad por medio de los indicadores del área comercial ante el ente regulador ARCERRN, para CNEI aprobar esta evaluación, es decir cumplir con los estándares en los indicadores, significa a nivel de empresa que se están cumpliendo con las metas corporativas establecidas. En una evaluación de un servicio ligado a los clientes, el hecho de atender ya sea aprobar o reprobar solicitudes, ante la regulación se cumple.

Se pudo determinar que para el desarrollo y cumplimiento de los indicadores del área comercial intervienen factores internos y externos a la empresa, entre los factores internos tenemos los procesos de contratación de servicios especializados, servicios que desarrollan dentro de esta área como toma de lecturas, instalación de medidores, corte y reconexión de servicios, la atención y directrices que se les brinde al usuario en los balcones de servicio, la planificación, organización y operación en atención de solicitudes masivas a diario. De los factores externos tenemos la información que facilite el usuario para la atención de sus solicitudes, junto con la factibilidad en sitio que se les brinde a los grupos de trabajo contratados y de planta en la atención.

La aplicación del modelo Servperf ayudó a determinar que la percepción de la calidad del servicio brindado por parte de los usuarios es un 67,8% más cerca de un servicio de calidad regular, que de un servicio de buena calidad según la escala de evaluación. De las dimensiones de este modelo como resultados se puede notar que efectivamente CNEI debe trabajar en los cinco campos, darles un servicio más fiable y seguro a los usuarios, con una mejor capacidad de respuesta, con mejoras en la tangibilidad de los elementos y empatía por parte de los empleados.

La propuesta del plan de acción en gestión de la calidad, centrado en los ejes de satisfacción y atención al cliente, capacitación y evaluación de personal de planta y contratado, será de gran ayuda para el área comercial en el desarrollo de los siete indicadores como la mejora

de la percepción de la calidad por parte de los usuarios, con un adecuado control y evaluación le permitirá a los profesionales de esta área mejorar procesos, reducir tiempos, disminuir incidencias en reclamos y por sobre todo mejorar la satisfacción en los usuarios.

### **Recomendaciones**

El Líder de Servicio al Cliente junto con demás profesionales del área comercial, deben tratar en mesa redonda , focus group u otra modalidad de trabajo, el tema importante de los tiempos estimados en la regulación, pues son ellos quienes realmente conocen la naturaleza de los procedimientos diversos para atender solicitudes por parte de los usuarios, esto con la finalidad de proponer alguna reforma en la evaluación de los índices de gestión comercial.

También es recomendable llamar a cada uno de los jefes de departamentos (cortes y reconexión, lectura y facturación, instalación de medidores, reclamos) a una mesa de trabajo en equipo esto será de gran ayuda para solventar todas estas incidencias de reclamos presentadas por los usuarios, pues cada departamento de una u otra manera se encuentran sus procesos conectados, por lo que es necesario que se atiendan estas novedades.

El modelo Servperf cuenta con 22 ítems de consulta en una encuesta, esto por comentarios propios de los usuarios por la cantidad de preguntas se torna extenso y algo cansado, pues se recomienda para futuros investigadores que se acojan a esta modalidad, tratar de resumir las cinco dimensiones de estudios en un número reducido de preguntas, posiblemente a la mitad, esto ayudará el desarrollo y dinámica de la encuesta, ahorro de tiempos y tabulación de datos, pues en este ejercicio algo con lo que se tuvo que enfrentar fue con la disposición y disponibilidad de los usuarios para contestar las preguntas.

Para futuros investigadores relacionados con tema de calidad del servicio en CNEL, es recomendable adapten la metodología con demás modelos de medición de calidad, esto permitirá hacer un contraste y análisis en las diferencias del modelo, así como los resultados, de esta manera se puede definir un modelo óptimo con resultados más próximos a la realidad del servicio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amonzabel, M. (2021). Aplicación del Modelo Servperf en los Servicios de Telefonía Móvil en la Ciudad de Sucre. *Revista Digital Investigación y Negicios*. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-88.pdf>
- ANEEL, A. (2012). *Condiciones Generales de Suministro de Electricidad - Argentina*. Cedoc - Centro de Documentación.
- ARCERNNR. (2023). *Resolución Nro. ARCERNNR-003/2023*. [https://www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/02/Anexo-003-2023-Codificacion-Regulacion-002-20\\_rev-DE-signed.pdf](https://www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/02/Anexo-003-2023-Codificacion-Regulacion-002-20_rev-DE-signed.pdf)
- ARCERNNR, A. d. (2021). *Atlas del Sector Electrico Ecuatoriano*. Control Recursos y Energía: <https://www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/04/Atlas2021.pdf>
- ARCONEL, A. (2020). *Regulación Nro. ARCONEL 001/20 "Distribución y Comercialización de energía eléctrica"*.
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Ciencias Económicas y empresariales*, 3. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3.mon.627>
- Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación y Economía Social (ILPES) - Santiago de Chile.
- Arteaga, D. (2022). *Evaluación de la Gestión Estratégica a través de los Indicadores de Cumplimiento de Servicio*. [Tesis de Maestría, Universidad Estatal Península de Santa Elena]: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8180>
- ASEP, A. (Marzo de 2013). *Reglamento de Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica*. Normas de Calidad del Servicio Comercial: [https://www.asep.gob.pa/wp-content/uploads/electricidad/anexos/anexo\\_b\\_6002\\_elec.pdf](https://www.asep.gob.pa/wp-content/uploads/electricidad/anexos/anexo_b_6002_elec.pdf)
- Beltrán, J. (2009). *Indicadores de Gestión*. 3R Editores.

- Berdugo, C., Barbosa, R., & Prada, L. (2017). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA Universidad Nacional de Colombia*. <https://doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>
- Boada, A. J., & Alzate, I. C. (2020). Debilidad simétrica en los indicadores de gestión consecuencias e impacto estructural. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7426434>
- Businessolver. (2017). *Businessolver Workplace Empathy Monitor Executive Summary*.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Prentice Hall.
- Castañeda, V., Porras, M., & Vera, R. (2015). *Indicadores de Gestión en la Supervisión de la Calidad de Servicio Eléctrico en Zonas Rurales*. Universidad Nacional del Callo.
- Cauas, D. (2015). Definición de las Variables, enfoque y tipo de investigación. *Bogotá: Biblioteca electrónica de la Universidad Nacional de Colombia*, 2, 1-11.
- Cervantes, C., Lara, H., & Gómez, G. (2021). Empatía y calidad de servicio. "Papel en las emociones positivas en equipos de trabajo". *593 Digital Publisher*, 6. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.869>
- Constitución de la República del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Del Río, J., Becerra, B., & Montalvo, J. (2022). Reclamos de los usuarios externos en un hospital general del Perú. *Revista Médica Electrónica*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rme/v44n1/1684-1824-rme-44-01-130.pdf>
- Drucker, P. (2007). *El Ejecutivo Eficaz en Acción*. DEUSTO.
- Ente Nacional de Regulación Eléctrica. (2019). *EDESUR S.A. Normas de Calidad del Servicio Público y Sanciones*. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/315000-319999/319726/res30.pdf>

- Figuroa , D., Alayza, M., Sime, L., Trelles, L., & Tafur, R. (2020). *Los Métodos de Investigación para la Elaboración de las Tesis de Maestría en Educación*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gaytán Cortés, J. (2019). Indicadores Financieros y Económicos. *Mercados y Negocios*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860887009>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Hernandez, R. (2018). *Metodología De La Investigación Las Rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Herrera , V. (2021). *Evaluación de la Calidad del Servicio Comercial en Electro Sur Este S.A.A. de la ciudad de Calca*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Ibarra , L., & Casas , E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v60n1/v60n1a10.pdf>
- Inga, S. (2022). *Calidad Técnica y Fiabilidad del Servicio de Enigraf Perú*. E.I.R.L. Universidad César Vallejo.
- ISO, S. C. (2015). *ISO 900 NORMA INTERNACIONAL*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education de México S.A.
- Levy, A., & Carrasco, J. J. (2020). *Calidad y confiabilidad de los servicios eléctricos en America Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo & Comisión de Integración Energética Regional.
- López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Nobel.
- LOSPEE. (2015). *Ley Orgánica de Servicio Público de Energía Eléctrica*. <https://www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/6.-LOSPEE-Registro-Oficial-Suplemento-418-16-enero-2015.pdf>

- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. IC Editorial.
- Monroy, L., & Simbaqueba, N. (2017). La importancia de los indicadores de gestión en las organizaciones colombianas. *Ciencia Unisalle - Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible*. [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas)
- Montesdeoca, A., & Cedillo, M. (2023). Análisis de la Calidad del Servicio Comercial y la Satisfacción del usuarios externo en CNEL EP Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i3.7009](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.7009)
- Neyra, A. (2018). *La Capacidad de Respuesta y Fidelización del VCloiente en la Institución Financiera Agrobanco*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna.
- ONU, M. (2010). *Centro Virtual de Conocimiento para poner Fin a la Violencia contra las Mujeres y Niñas*. <https://www.endvawnow.org/es/articulos/336-indicadores.html>
- Orrala , A. (2022). *Calidad de Servicio para Mejorar la Satisfacción del cliente de la Empresa Pública CNEL EP del Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena , Año 2021*. [Tesis de Maestría, Universidad Estatal Península de Santa Elena]: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/8192>
- Otero, R. (2016). *Mejoramiento de la Calidad del Servicio Comercial de una Empresa Distribuidora de Energía Eléctrica mediante el uso de gráfícad de control X y Y*. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Pingo, A., Pedro, M., Poicon, F., & Diaz, S. (2020). Gestión de la calidad : Un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890287>
- Planeación, D. N. (2009). *Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores*.
- Quesada, J. (2021). Calidad del Servicio administrativo: Impacto sobre el compromiso, la satisfacción y el rendimiento de estudiantes universitarios. *Revista Universidad & Empresa*. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=187269734002>

- Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿ Otra alternativa? *Revista de Investigación de la Institución Universitaria EAM*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6172070>
- Ramírez, A., Berrones, A., & Ramírez, R. (2020). Los indicadores de desempeño como herramienta para evaluar la gestión de las cooperativas de ahorro y crédito. *Ciencias Económicas y Empresariales*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i4.1467>
- Ramroop, T. (2022). *Definición de servicio de atención al cliente y habilidades que exige , 2021 en adelante*. Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.es/blog/customer-service-skills/>
- RLOSPEE. (2021). *Reglamento a la Ley Orgánica de Servicio Público de Energía Eléctrica*. <https://www.recursoyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/LEY-ORGANICA-SERVICIOPUBLICO-ENERGIA-ELECTRICA.pdf>
- Rodríguez, J. L. (2012). *Diseño y Establecimiento de Indicadores de Gestión para el Seguimiento de Eficiencia Energética Eléctrica en el área de Molienda de caña del Ingenio Providencia S.A*. Universidad Autónoma del Occidente - Santiago de Cali.
- Roldán , M. (2022). *Análisis de la percepción de calidad del servicio comercial de energía eléctrica*. Universidad Técnica de Ambato.
- Romero , A., Álvarez, G., & Álvarez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. *Revista Dilemas Contemporáneos : Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/843/1214>
- Shailja, K. (2021). Service Quality Analysis pf Banks in Rajasthan Post Financial Inclusion Program. *WSEAS Transactions on Business and Economics* , 6.  
<https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.40>
- Silva , J., Macias, B., Tello , E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*.  
<https://www.redalyc.org/journal/4419/441970373005/441970373005.pdf>

- Siu Cusicanqui, I. S., Martínez Quintanilla, R. F., & Valdiviezo López, R. (2021). Propuesta de mejora del servicio al cliente en una óptica en Lima Perú. *INNOVA Research Journal*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226521>
- Skinner, A., & León, M. (2017). Calidad en el servicio de las empresas aseguradoras del municipio libertador del Estado de Mérida. *Sapientia Organizacional*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056607009/553056607009.pdf>
- Tipán, D. (2020). Análisis de Indicadores de Gestión de la Calidad del Servicio de Distribución, Empresa Eléctrica Quito. *UISRAEL*. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2525>
- Torres, M., Vásquez, C., & Poletto, J. (2010). Indicadores para la evaluación de la Calidad del Servicio Comercial en Empresas del Sector Eléctrico Venezolano. *Innovation and Development for the Americas*. [https://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/IE092\\_Torres.pdf](https://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/IE092_Torres.pdf)
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2014). *Sistema de Indicadores de Gestión*. Ediciones de la U, 1a,ed.
- Vargas, L. (2022). *Estrategias para mitigar reducciones por deficiente Calidad de Servicio Comercial en Distribución de Electricidad*. [Tesis Maestría, Universidad Mayor de San Andrés]: <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/30875>
- Vélez, D. (2015). *Identificación de la Calidad del Servicio Comercial en la Empresa Eléctrica Regional CENTROSUR C.A. dado las normativas establecidas por el ente regulador CONELEC en la provincia del Azuay entre enero del 2009 y marzo 2014*. Universidad de Guayaquil.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio. *RECAI : Revista de Estudios en Contaduría Administración en Informática*, 7. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637968306002>



## ANEXOS

## ANEXO A. Entrevistas



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA – FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL ÁREA COMERCIAL DE CNEL**

**Objetivo:** Entrevistar a profesionales del área comercial, con la finalidad de recolectar información para fines pertinentes al objeto de estudio

**Cargo:** Líder de Servicio al Cliente

**V1 Indicadores de Gestión:**

**La evaluación de la calidad del servicio comercial se realiza según el informe emitido por la distribuidora de los índices de servicio comercial ¿Cómo profesional cree usted conveniente, hacer la evaluación de la calidad del servicio, por medio de índices globales, sabiendo que quien percibe el servicio es el usuario final?**

Siempre se ha venido haciendo la evaluación de la calidad del servicio comercial por medio de los indicadores establecidos por el regulador, desde el punto de vista del cliente para esto contamos con el índice de satisfacción del cliente, que realiza el área SAC y una consultoría especializada (visita a clientes, llamadas) a nivel corporativo. También en los servicios contratados se cuentan con fiscalizadores y estos de su correcta actividad, encuestan a los usuarios sobre el servicio recibido.

**¿Cuáles son los factores que intervienen con mayor frecuencia en el cumplimiento o no de los indicadores de Calidad del Servicio Comercial? ANS, CNS, PEF, PRR, TPR, PRS, PRC. (Miranda et al., 2019)**

De manera general creo que la falta de contratación de un servicio especializado ya sea para inspeccionar, tomar lecturas, instalaciones, para cortar y reconectar, la falta de contratación de manera general afecta el cumplimiento de estos servicios. A veces no se logran contratar estos servicios por cuestiones administrativas superiores, cambios administrativos y la parte política.

**Un indicador que no ha cumplido con los estándares ¿Cuáles son los efectos que este produce en su área de operación? (Gaytán, 2019)**

La falta de incumplimiento de un indicador por ejemplo de instalación de medidores primero afecta al no bienestar al cliente, pérdidas comerciales porque dejamos de facturar.

La falta de un servicio de corte y recaudación nos afecta a la recaudación.

El que no se cumpla el indicador de facturación nos afecta con las tomas de lecturas, haciendo que los planes se envíen con valores promediados, no reales, lo que provoca reclamos en clientes, convirtiéndose en pérdidas para CNEL. A un cliente que se le tome una lectura estimada, si el cliente reclama la facturación cae en cero, convirtiéndose en pérdidas, pese a que consume energía.

**Un informe con indicadores debajo del estándar mínimo establecido. ¿Cuáles son las medidas que toma el área comercial o departamento competente, para subsanar este escenario? (Peña et.al, 2020)**

El objetivo principal del área comercial es tratar de mantener la prestación de los servicios en todo el tiempo posible, tratar de capacitar al personal administrativo, operativo, contratado, con la finalidad de tener logística, material, mano de obra que ayuden a cumplir las metas.

## **V2 Calidad del Servicio Comercial:**

**En los balcones de atención al cliente. ¿La información que presentan los usuarios es apropiada y de ayuda para atender sus solicitudes dentro o en el menor tiempo posible? ¿Sabían los clientes todos los requisitos que deben presentar? (Torral et al., 2019)**

En esto depende del requerimiento del cliente, puede ser que el cliente venga con reclamo en factura, por nuevo servicio, multa. La información que presenta el cliente es regular, en muchas ocasiones el cliente pide un medidor, pese a firmar un formulario de cumplimiento no tienen lista las instalaciones, lo que nos permite concluir que no son correctos en la información que presentan, subestiman la parte eléctrica atrasando los tiempos de atención. Los usuarios muchas veces no dicen la veracidad de los casos, por ejemplo, casos en donde solicitan medidor residencial, pero en realidad es para laboratorio que corresponde al uso comercial.

En conclusión, la información que presenta el cliente es de mucha importancia, claro está que como CNEL debemos darle las directrices correctas con todo nuestro personal.

**Los tiempos de atención normados en la regulación ¿Cree usted que son los óptimos considerados para atender los requerimientos de los usuarios? ¿Propondría algún cambio? Regulación ARCERNR**

En el procedimiento atención e instalación de nuevos servicios, considero que los 5 días son aceptables.

En el proceso de un reclamo por exceso de consumo, que tal vez incluya un cambio de medidor, en donde tiene que ir un inspector, tomar información para que el analista haga su trabajo, genere el cambio, pase por laboratorio, luego del informe, considero que el tiempo en este caso debe ser un poco mayor, o en su defecto acondicionar los procesos internos para agilizarlo, en la última regulación se aumentó de 10 a 15 días, pero sigo considerando que debe aumentarse.

**Las empresas contratistas son quienes prestan el servicio en sitio y mantienen contacto directo con los usuarios, sabiendo también que los procedimientos de contratación pública cumplen un rol importante en la prestación del servicio. ¿Cumplen con los estándares estipulados en los procesos para brindar un servicio de calidad a los clientes? ¿Se los evalúa constantemente? Ordoñez y Zaldumbide (2020)**

Los contratistas cumplen parcialmente, en teoría cuando un contratista gana un proceso ha cumplido con todas las especificaciones técnicas y requisitos mínimos. En si no deberíamos tener novedades con las empresas contratadas por el antecedente han cumplido con una previa experiencia.

Los servicios son técnicos especializados, pero en la realidad no es así, como CNEL debemos capacitar al personal, las medidas que nos quedan ante este escenario es multar ante los incumplimientos, capacitar, atribuyo esto a factores como la experiencia del personal, directores de los contratos. Si nos queda una tela por cortar, se debe mejorar y depurar las filas, teniendo en cuenta que hay buenos profesionales, técnicos.

**En términos generales según la Base CAL-010, CNEL STE cumplió con los estándares de la evaluación del servicio comercial, más sin embargo se presentaron y presentan una gran cantidad de reclamos comerciales, errores de facturas, nuevos servicios atendidos, pero no conectados dentro de los tiempos. ¿Se están tomando medidas correctivas, planes de acción para disminuir estas incidencias?**

Si bien es cierto los indicadores se cumplen, te dan un tiempo para atender el requerimiento, el hecho de que por ejemplo se acerque el personal operativo a inspeccionar y la repruebe no significa que no cumplí, atendí dentro de los tiempos, si queda un tema pendiente en que nosotros como CNEL debemos trabajar en conjunto con el cliente, estos a veces creen que nos demoramos en atender las solicitudes, porque desconocen los procedimientos internos para proceder, en otras ocasiones creen que debemos realizarle las instalaciones para acceder al servicio.

Que pasa con los tramites reprobados, que de alguna u otra manera dejan un sin sabor a los usuarios, estas vuelven al área de servicio al cliente y después de un tiempo se eliminan, como CNEL nos queda como compromiso agrupar este sin número de casos y hacerles un seguimiento adicional.

En temas de reclamos generales somos muy vulnerables a estos, por factores antes mencionados, algo muy importante citar en los tiempos de atención a reclamos es que el cliente exponga sus reclamos, para tener el acceso a la novedad. Es muy importante la percepción del cliente porque al que se le atendió el reclamo y se le dio favorable dirá que se encuentra satisfecho con el servicio, lo contrario pasa con los que no, este indicador considero que es el más complejo de estudio desde el punto de vista de los conceptos que tengan los clientes.





**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA – FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL ÁREA COMERCIAL DE CNEL**

**Objetivo:** Entrevistar a profesionales del área comercial, con la finalidad de recolectar información para fines pertinentes al objeto de estudio

**Cargo:** Jefe de Operaciones Comerciales

**V1 Indicadores de Gestión:**

**La evaluación de la calidad del servicio comercial se realiza según el informe emitido por la distribuidora de los índices de servicio comercial ¿Cómo profesional cree usted conveniente, hacer la evaluación de la calidad del servicio, por medio de índices globales, sabiendo que quien percibe el servicio es el usuario final?**

La calidad del servicio la evalúa el usuario, a través de los tiempos de atención es un parámetro para la evaluación. Como trabajadores de CNEL y el área comercial cumplimos con reportar los tiempos de atención dentro de los parámetros establecidos por el ARCERRNR, la calidad del servicio siempre la evalúa el usuario, en tiempos de atención, resolución de reclamos, energización de nuevos servicios, disponibilidad de equipos y materiales.

**¿Cuáles son los factores que intervienen con mayor frecuencia en el cumplimiento o no de los indicadores de Calidad del Servicio Comercial? ANS, CNS, PEF, PRR, TPR, PRS, PRC. (Miranda et al., 2019)**

Todos los factores conocidos en la prestación de servicio intervienen, pero si hablamos de calidad el más importante es el ANS, para que el usuario en realidad se sienta satisfecho. En caso del no cumplimiento del ANS el factor principal es el tiempo por reclamo. En el caso del PEF, siempre existen facturas con errores debido a medidores obsoletos, en mal estado, errores del lector, medidores dentro de los domicilios.

**Un indicador que no ha cumplido con los estándares ¿Cuáles son los efectos que este produce en su área de operación? (Gaytán, 2019)**

Dentro de los efectos en cada área de operación podemos citar:

- Mala facturación, afectando a la recaudación de cartera para la unidad de negocio.
- No instalación de nuevo servicios, afectando la disponibilidad, cobertura y prestación del servicio hacia los usuarios.
- Reclamos inconclusos, de este se evidencia malestar por parte de usuarios que incluso han llegado a instancias legales, comprometiendo a la empresa.
- Servicios no reconectados en tiempos establecidos, esto afecta directamente el goce del servicio a los usuarios, pese a cumplir sus obligaciones monetarias con la empresa.

**Un informe con indicadores debajo del estándar mínimo establecido. ¿Cuáles son las medidas que toma el área comercial o departamento competente, para subsanar este escenario? (Peña et.al, 2020)**

Por lo pronto el área de operaciones comerciales cuenta con un plan de atención hacia los medidores con novedades de lectura, esto ha ayudado en la recaudación y en la mejora del índice de reclamos.

## V2 Calidad del Servicio Comercial:

**En los balcones de atención al cliente. ¿La información que presentan los usuarios es apropiada y de ayuda para atender sus solicitudes dentro o en el menor tiempo posible? ¿Sabían los clientes todos los requisitos que deben presentar? (Toral et al., 2019)**

Para la atención oportuna de las solicitudes de los usuarios, es de mucha importancia la información actualizada que esté presente, por ejemplo, una buena referencia de su domicilio, para el caso de los nuevos servicios que son prioridad para la empresa, y tienen que ver con el ANS y CNS.

**Los tiempos de atención normados en la regulación ¿Cree usted que son los óptimos considerados para atender los requerimientos de los usuarios? ¿Propondría algún cambio? Regulación ARCERNNR**

Considero que la regulación es muy ambigua, la regulación tiene sus puntos clave establecidos, como trabajadores debemos cumplirlas, pese a en ocasiones nos vemos limitados y no podemos más de lo que queremos hacer o proponer. Considero que los tiempos establecidos son muy cortos en la atención de solicitudes y para posterior evaluación de la calidad del servicio.

**Las empresas contratistas son quienes prestan el servicio en sitio y mantienen contacto directo con los usuarios, sabiendo también que los procedimientos de contratación pública cumplen un rol importante en la prestación del servicio. ¿Cumplen con los estándares estipulados en los procesos para brindar un servicio de calidad a los clientes? ¿Se los evalúa constantemente? Ordoñez y Zaldumbide (2020)**

Los contratistas presentan fallas, se puede citar factores como la actualización de medios, herramientas y formas de trabajo, que va de la mano de una continua capacitación, no se los evalúa constantemente, pero se debería hacerlo.

**En términos generales según la Base CAL-010, CNEL STE cumplió con los estándares de la evaluación del servicio comercial, más sin embargo se presentaron y presentan una gran cantidad de reclamos comerciales, errores de facturas, nuevos servicios atendidos, pero no conectados dentro de los tiempos. ¿Se están tomando medidas correctivas, planes de acción para disminuir estas incidencias?**

En la actualidad como operaciones comerciales, existe el plan mensual de instalaciones de medidores, tanto para servicios nuevos como para novedades de lecturas. En el último mes de septiembre de planificaron 740 instalaciones, de las cuales solo 422 fueron efectivas, las 323 reprobadas por incumplimiento de especificaciones técnicas por parte de los usuarios y por falta de medidores tipo 2S y 12S, para lo cual se está gestionando préstamos a otras unidades de negocios. En términos generales siempre existirá novedades en la prestación de servicio, lo que se debe tratar siempre es atender y en el mejor de los casos disminuir estas incidencias.



**ANEXO B. Encuesta**

**UNIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA - FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE CNEL EP UNIDAD DE NEGOCIO SANTA ELENA,  
APLICANDO MODALIDAD SERVPERPF (IBARRA & CASAS, 2015)**

**Objetivo:** Recolectar información directa de los clientes de la provincia de Santa Elena, para evaluar la calidad del servicio que les brinda CNEL EP

<b>Fecha:</b>		<b>Encuesta:</b>	<b>#</b>
<b>Genero:</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>Edad: 20-30</b>
			<b>30-50</b>
			<b>50-70</b>
<b>Dirección:</b>	_____		

**Instrucciones:** Marque con una **X** en el recuadro donde Ud. Considere adecuada su respuesta, acorde a la escala mostrada

***Elementos Tangibles***

1. *CNEL EP STE cuenta con equipos modernos*
  - Totalmente en desacuerdo*
  - En desacuerdo*
  - Indiferente*
  - De acuerdo*
  - Totalmente de acuerdo*
2. *Las instalaciones de CNEL EP STE son visualmente atractivas*
  - Totalmente en desacuerdo*
  - En desacuerdo*
  - Indiferente*
  - De acuerdo*
  - Totalmente de acuerdo*
3. *Los trabajadores de CNEL EP STE están vestidos y arreglados de manera apropiada*
  - Nunca*
  - Casi Nunca*
  - Ocasionalmente*
  - Casi Siempre*
  - Siempre*
4. *Los materiales asociados con el servicio de CNEL EP STE se encuentran en estado:*
  - Pésimo*
  - Malo*
  - Regular*

- *Buen estado*
- *Excelente*

### **Fiabilidad**

5. *CNEL EP STE promete cambio o mejoras en su servicio, en cierto tiempo lo cumple:*
  - *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*
  - *Casi Siempre*
  - *Siempre*
6. *Cuando CNEL EP STE tiene un problema en el servicio, los trabajadores de Servicio al Cliente muestran interés en solucionarlo.*
  - *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*
  - *Casi Siempre*
  - *Siempre*
7. *CNEL EP STE entrega un servicio correcto acuerdo lo que usted como usuario solicita, desde el primer momento.*
  - *Totalmente en desacuerdo*
  - *En desacuerdo*
  - *Indiferente*
  - *De acuerdo*
  - *Totalmente de acuerdo*
8. *CNEL EP STE se encuentra libre de errores y quejas con el servicio que ofrece (facturas, solicitudes, reclamos, instalaciones de medidores)*
  - *Totalmente en desacuerdo*
  - *En desacuerdo*
  - *Indiferente*
  - *De acuerdo*
  - *Totalmente de acuerdo*
9. *CNEL EP STE cumple con los tiempos de espera en la atención de solicitudes.*
  - *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*
  - *Casi Siempre*
  - *Siempre*

### **Capacidad de Respuesta**

10. *Los trabajadores de CNEL EP STE informan a los clientes sobre los tiempos de espera en atención a sus solicitudes.*
  - *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*

- *Casi Siempre*
- *Siempre*

**11.** *Los trabajadores de CNEL EP STE atienden con rapidez.*

- *Totalmente en desacuerdo*
- *En desacuerdo*
- *Indiferente*
- *De acuerdo*
- *Totalmente de acuerdo*

**12.** *Los trabajadores de CNEL EP STE siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.*

- *Totalmente en desacuerdo*
- *En desacuerdo*
- *Indiferente*
- *De acuerdo*
- *Totalmente de acuerdo*

**13.** *Los trabajadores de CNEL EP STE están disponibles en todo momento para responder a las preguntas de los usuarios.*

- *Nunca*
- *Casi Nunca*
- *Ocasionalmente*
- *Casi Siempre*
- *Siempre*

### ***Seguridad***

**14.** *El comportamiento de los trabajadores de CNEL EP STE inspira confianza a los usuarios.*

- *Totalmente en desacuerdo*
- *En desacuerdo*
- *Indiferente*
- *De acuerdo*
- *Totalmente de acuerdo*

**15.** *Siente seguridad en las transacciones que realiza con los empleados de CNEL EP STE (pagos, reclamos, solicitudes, etc.)*

- *Nunca*
- *Casi Nunca*
- *Ocasionalmente*
- *Casi Siempre*
- *Siempre*

**16.** *Los trabajadores de CNEL EP STE son amables con los usuarios.*

- *Totalmente en desacuerdo*
- *En desacuerdo*
- *Indiferente*
- *De acuerdo*
- *Totalmente de acuerdo*

**17.** *Los empleados de CNEL EP STE tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los usuarios.*



- *Totalmente en desacuerdo*
- *En desacuerdo*
- *Indiferente*
- *De acuerdo*
- *Totalmente de acuerdo*

### ***Empatía***

- 18.** *Los servicios que ofrece CNEL EP STE (Instalación de Medidores, Toma de Lectura y Facturación, Corte y Reconexión de Servicio, Servicio al Cliente) a su cliente son correctos.*
- *Totalmente en desacuerdo*
  - *En desacuerdo*
  - *Indiferente*
  - *De acuerdo*
  - *Totalmente de acuerdo*
- 19.** *CNEL EP STE mantiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.*
- *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*
  - *Casi Siempre*
  - *Siempre*
- 20.** *CNEL EP STE, tiene trabajadores que brindan atención personalizada a sus clientes.*
- *Totalmente en desacuerdo*
  - *En desacuerdo*
  - *Indiferente*
  - *De acuerdo*
  - *Totalmente de acuerdo*
- 21.** *CNEL EP STE, tiene como prioridad los intereses de sus clientes.*
- *Totalmente en desacuerdo*
  - *En desacuerdo*
  - *Indiferente*
  - *De acuerdo*
  - *Totalmente de acuerdo*
- 22.** *Los trabajadores de CNEL EP STE, atienden las necesidades específicas de los usuarios o clientes.*
- *Nunca*
  - *Casi Nunca*
  - *Ocasionalmente*
  - *Casi Siempre*
  - *Siempre*

## RESPALDO FOTOGRÁFICO



**ANEXO C. Matriz de Consistencia**

TITULO	PROBLEMA	OBEJTIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES
<b>INDICADORES DE GESTIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO COMERCIAL CNEL EP UN SANTA ELENA</b>	<b>PROBLEMA GENERAL</b>  El cumplimiento de los indicadores de gestión, según los estándares establecidos en la regulación, implica que CNEL EP ofrece servicio comercial de calidad a los usuarios. ¿Realmente los usuarios perciben un servicio de calidad?	<b>OBJETIVO GENERAL</b>  Evaluar la Calidad del Servicio Comercial desde la percepción de los usuarios, en referencia a la base CAL-010 de indicadores reportados al ente regulador.	<b>HIPÓTESIS NULA</b>  Evaluar la calidad del servicio comercial a través de los usuarios, en lugar de los indicadores globales <b>NO</b> mejorará la percepción de la calidad del servicio que están recibiendo.	<b>INDEPENDIENTE (X)</b>  Indicadores de gestión	ANS CNS PEF  TPR  PRR PRS PRC Características Beneficios	Resolución Nro. ARCERNNR -003/2023 Nuevos Servicios Atendidos Nuevos Servicios Instalados  Errores en facturación Tiempos en resolver reclamos Número de reclamos resueltos Reconexiones de servicios efectuadas Consultas respondidas
		<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>  Determinar de las bases teóricas y antecedentes, los factores que intervienen en el cumplimiento de los indicadores de gestión y la calidad del servicio comercial	<b>HIPÓTESIS ALTERNA</b>  Evaluar la calidad del servicio comercial a través de los usuarios, en lugar de los indicadores globales mejorará la percepción de la calidad del servicio que están recibiendo.	<b>DEPENDIENTE (Y)</b>  Calidad del Servicio Comercial	Calidad de Servicio Calidad de Servicio Comercial Servicio de atención al cliente Satisfacción del usuario	Empatía  Fiabilidad Capacidad de respuesta Tangibilidad Seguridad Clientes Satisfechos Clientes Insatisfechos
		Aplicar el modelo Servperf para la evaluación de la calidad del servicio comercial.				
		Proponer estrategias desarrolladas en gestión de la calidad, para la mejora continua de los indicadores y la percepción de la calidad del servicio comercial por parte de los clientes.				