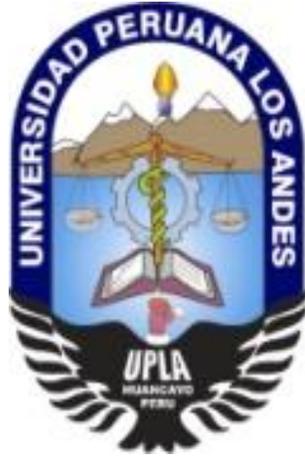


**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Administración y Sistemas**



**TESIS**

**Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en  
Electrocentro S.A. Satipo 2017**

Para Optar	: Título de Licenciado en Administración
Autor(es)	: Bach. Jeferson Aguirre Ruiz Bach. Nataly Milagros Saez Villanueva
Asesor	: Lic. Omar Arturo Vivanco Nuñez
Línea de Investigación	: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos
Fecha de Inicio	: 11.08.2017
Fecha de Culminación	: 10.08.2018

Huancayo - Perú  
2018

HOJA DE APROBACION DE JURADOS

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**TESIS**

Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en  
Electrocentro S.A. Satipo 2017

**PRESENTADO POR:**

Bach. Jeferson, Aguirre Ruiz  
Bach. Nataly Milagros, Saez Villanueva

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

Licenciado en Administración

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE : \_\_\_\_\_  
DR. FREDI GUTIERREZ MARTINEZ

PRIMER MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
LIC. JUAN FREDDY ALVARADO QUISPE

SEGUNDO MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
LIC. PAUL DENIS MARTINEZ VITOR

TERCER MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
MG. CARLOS JONAS CASAS CORDOVA

Huancayo, ..... de ..... del 201...



**ASESOR**

**LIC. ADM. OMAR ARTURO VIVANCO NUÑEZ**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios quien nos guía e ilumina y me da fortaleza para seguir en el camino de mi preparación y mis padres por su constante apoyo y amor incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la vida y por todas las bondades que derrama en nosotros, por las valiosas lecciones que nos hacen ser mejores personas, por abrir caminos que nos han llevado a culminar una etapa importante en nuestra vida.

A la Universidad Peruana Los Andes, por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios superiores en la Escuela Profesional de Administración y Sistemas en sus amplios y modernos ambientes.

A mis docentes, distinguidos profesionales Licenciados quienes con su dedicada labor han contribuido con mi formación académica, aspectos que me hacen capaz de desenvolverme y afrontar retos con profesionalismo.

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS .....	ix
RESUMEN.....	xiv
Palabras claves .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	xi
ABSTRACT.....	xiv
CAPITULO I.....	19
I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACION Y FORMULACION DEL PROBLEMA.....	19
1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA .....	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	22
1.2.1. Problema General.....	22
1.2.2. Problemas Específicos.....	22
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.3.1. Objetivo General .....	22
1.3.2. Objetivos Específicos .....	23
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
1.4.1. Justificación Teórica .....	23
1.4.2. Justificación Práctica.....	24
1.4.3. Justificación Metodológica.....	24
1.4.4. Justificación Social.....	25
1.4.5. Justificación de Conveniencia .....	25
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
1.5.1. Delimitación Espacial .....	26
1.5.2. Delimitación Temporal .....	26
1.5.3. Delimitación Conceptual o Temática .....	26
CAPITULO II .....	27
II. MARCO TEÒRICO.....	27
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	27
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	27
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	30
2.2. BASES TEÓRICAS .....	34
2.2.1. Calidad de Servicio .....	34

2.2.2.	Satisfacción del Cliente .....	39
2.2.3.	Descripción de la Empresa .....	43
2.3.	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS .....	47
2.3.1.	Calidad del Servicio Eléctrico .....	47
2.3.2.	Satisfacción del Cliente .....	49
2.4.	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
2.4.1.	Hipótesis General .....	50
2.4.2.	Hipótesis Específicas.....	50
2.5.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	51
CAPITULO III.....		53
III.	METODOLOGÍA .....	53
3.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	53
3.2.	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN .....	53
3.3.	NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
3.4.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	55
3.5.1.	Población.....	55
3.5.2.	Muestra.....	56
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	56
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos .....	56
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	57
3.7.	PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	57
CAPITULO IV.....		58
IV.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	58
4.1.	TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....	58
4.2.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	58
4.2.1.	CALIDAD DE SERVICIO ELÉCTRICO .....	58
4.2.2.	SATISFACCIÓN AL CLIENTE .....	69
4.3.	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	79
CONCLUSIONES .....		82
RECOMENDACIONES .....		84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		86
ANEXOS.....		88

MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	89
ENCUESTA.....	91
ASPECTOS ÉTICOS.....	95
FOTOS.....	97

## **ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS**

### **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro N° 1: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	52
Cuadro N° 2: Población.....	56

### **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla N° 1: Predios con energía eléctrica .....	58
Tabla N° 2: Servicio eléctrico sin interrupciones.....	59
Tabla N° 3: Tiempo en ser repuesto el servicio eléctrico.....	61
Tabla N° 4: Información sobre el corte del servicio eléctrico.....	62
Tabla N° 5: Medios de comunicación .....	63
Tabla N° 6: Entrega oportuna de recibo a su domicilio .....	64
Tabla N° 7: Calles y Plazas con el servicio permanente de alumbrado .....	65
Tabla N° 8: Deficiencias en el servicio de alumbrado público .....	66
Tabla N° 9: Número de veces que realizo un reclamo .....	67
Tabla N° 10: Motivo de reclamo .....	68
Tabla N° 11: Atención de los trabajadores.....	69
Tabla N° 12: El personal está correctamente capacitado .....	70
Tabla N° 13: Nivel de satisfacción de servicio de alumbrado público.....	71
Tabla N° 14: Satisfacción de la calidad de servicio .....	72
Tabla N° 15: Razones de satisfacción respecto al servicio .....	73
Tabla N° 16: La cordialidad y amabilidad del personal de Electrocentro S.A.....	74
Tabla N° 17: Tiempo de atención de su reclamo .....	75
Tabla N° 18: Grado de satisfacción del servicio brindado .....	76
Tabla N° 19: Incentivos que le gustaría recibir de la empresa .....	77
Tabla N° 20: Atención y servicio que debería mejorar .....	78

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Predios con energía eléctrica .....	59
Gráfico N° 2: Servicio eléctrico sin interrupciones.....	60
Gráfico N° 3: Tiempo en ser repuesto el servicio eléctrico.....	61
Gráfico N° 4: Información sobre el corte del servicio eléctrico.....	62
Gráfico N° 5: Medios de comunicación .....	63
Gráfico N° 6: Entrega oportuna de recibo a su domicilio .....	64
Gráfico N° 7: Calles y Plazas con el servicio permanente de alumbrado .....	65
Gráfico N° 8: Deficiencias en el servicio de alumbrado público .....	66
Gráfico N° 9: Número de veces que realizo un reclamo .....	67
Gráfico N° 10: Motivo de reclamo .....	68
Gráfico N° 11: Atención de los trabajadores.....	69
Gráfico N° 12: El personal está correctamente capacitado .....	70
Gráfico N° 13: Nivel de satisfacción de servicio de alumbrado público .....	71
Gráfico N° 14: Satisfacción de la calidad de servicio .....	72
Gráfico N° 15: Razones de satisfacción respecto al servicio .....	73
Gráfico N° 16: La cordialidad y amabilidad del personal de Electrocentro.....	74
Gráfico N° 17: Tiempo de atención de su reclamo .....	75
Gráfico N° 18: Grado de satisfacción del servicio brindado .....	76
Gráfico N° 19: Incentivos que le gustaría recibir de la empresa .....	77
Gráfico N° 20: Atención y servicio que debería mejorar .....	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Organigrama estructural .....	46
Figura N° 2: Transeccional descriptivo .....	55

## INTRODUCCIÓN

Antes del año 2012, el servicio eléctrico en Satipo estaba caracterizado como un sistema eléctrico aislado, y el constante incremento de la demanda energética de la población ya no era posible satisfacer con la oferta o la generación eléctrica local (central hidroeléctrica Chalhuanayo); producto de ello el descontento de los usuarios a causa de constantes restricciones de servicio eléctrico en sus hogares así como en la pequeña y mediana industria generando perjuicio económico en los clientes, la falta de inversión en las instalaciones eléctricas de distribución como resultado de una deficiente gestión en el sector eléctrico (crisis económica e inflacionaria que vivía el País, incremento de la deuda externa y el terrorismo), la mala calidad del servicio de alumbrado público, excesos de facturación y cobros no correctos por las prestaciones del servicio, los riesgos eléctricos asociados al incumplimiento de las instalaciones eléctricas, etc. Este sistema problemático perjudicaba a los usuarios de electricidad con un servicio de mala calidad.

En marzo del año 2012; se hace realidad la ejecución del proyecto de la línea de transmisión eléctrica de 60 kV en el tramo de Villa Rica a Satipo; con lo que en el mes de abril del año en mención la provincia de Satipo como sistema eléctrico se enlaza al Sistema Interconectado Nacional; mejorando la confiabilidad del sistema eléctrico y garantizando el crecimiento de la demanda con una proyección a 20 años.

La población necesita la electricidad para desarrollar varias actividades diarias, como actividades domésticas en el uso de electrodomésticos por los clientes; así como

actividades más complejas, comercios, centros de producción, industrias, equipos electrónicos (máquinas de fuerza, computadoras, sistemas inteligentes, etc.) utilizados por empresas para la producción. Como es sabido, la energía eléctrica es muy importante y fundamental para la calidad de vida de las personas y la producción industrial.

La investigación ha sido desarrollada en cuatro capítulos; es como sigue:

En el capítulo I, se presenta la descripción del problema, que tiene que ver en la prestación del servicio eléctrico que brinda la empresa Concesionaria en la ciudad de Satipo a un servicio confiable, seguro y de calidad, identificar el problema basado en los aspectos de la calidad del suministro, la calidad comercial, la calidad del alumbrado público y la calidad de atención al cliente; considerando que estos aspectos son verificados y supervisados con frecuencia continua por el Osinergmin utilizando indicadores de performance, con nuevos esquemas de supervisión y monitoreo del cumplimiento de las normas del sector eléctrico.

En el capítulo II, contiene el marco teórico que corresponde a los antecedentes de la investigación, a las bases teóricas, las definiciones conceptuales y operacionales y el sistema de hipótesis.

En el capítulo III, desarrolla aspectos metodológicos de investigación, define el tipo y nivel de investigación, la operacionalización de variables, diseño del tratamiento,

técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas de procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo IV, se determina la presentación de los resultados de investigación, análisis estadístico de resultados de la investigación e interpretación de los resultados de investigación, comparación y evaluación de los resultados, consecuencias teóricas y aplicaciones prácticas y prueba de hipótesis.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los anexos del estudio.

Los autores

## **RESUMEN**

### **“CALIDAD DEL SERVICIO ELÉCTRICO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN ELECTROCENTRO, SATIPO 2017”**

El presente trabajo como método general utilizó el método científico, tipo de investigación básica, nivel de investigación descriptiva, diseño de investigación descriptivo simple; la población de estudio centrado en los clientes activos y usuarios de la empresa Electrocentro de la localidad de Satipo; que reciben el servicio eléctrico en condiciones de Calidad, tal como establece la Norma Técnica de Calidad del Servicio Eléctrico (en adelante NTCSE); para lograr la satisfacción de los clientes.

Con el objetivo de determinar las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr que los clientes de Electrocentro perciban un servicio positivo en la localidad de Satipo, se planteó la siguiente interrogante ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?. La hipótesis de la presente investigación fue: Si se describe las características de la calidad del servicio eléctrico

dentro de las tolerancias que establece la NTCSE, entonces se determinará la satisfacción en los usuarios de Electrocentro en la ciudad de Satipo.

En el estudio se aplicó un diseño descriptivo, específicamente el diseño transeccional descriptivo; que tiene como objetivo conocer y comprender como se manifiesta una o más variables a través de su medición. El proceso establece medir el objeto de estudio a través de las variables y obtener su descripción.

Se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta a la muestra determinada. Se concluye de los resultados de investigación, que las medidas obtenidas al describir las características de la calidad del servicio eléctrico cumplen con las tolerancias de la Norma, permitiendo una positiva percepción de los usuarios satisfechos de la empresa Electrocentro de la ciudad de Satipo; ya que el grado de la satisfacción obtuvo un valor elevado considerando los aspectos de calidad evaluados en el suministro de energía eléctrica, el servicio de alumbrado público, servicio comercial y atención eficiente al cliente.

**Palabras claves:** Calidad, Percepción, Satisfacción

## **ABSTRACT**

### **“QUALITY OF THE ELECTRICAL SERVICE AND THE SATISFACTION OF THE CLIENTS IN ELECTROCENTRO, SATIPO 2017”**

The present work as a general method used the scientific method, type of basic research, level of descriptive research, design of simple descriptive research; the study population focused on the active clients and users of the company Electrocentro of the locality of Satipo; that receive the electric service in conditions of Quality, as established by the Technical Standard of Quality of the Electric Service (hereinafter NTCSE); to achieve customer satisfaction.

In order to determine the characteristics of the quality of the electric service that allows the satisfaction of the customers of the company Electrocentro in the town of Satipo, the following question was posed: What are the characteristics of the quality of the electric service that allows to achieve the satisfaction of the customers of the company Electrocentro in the town of Satipo?. The hypothesis that guided the investigation was: If the characteristics of the quality of the electric service are described within the tolerances established by the NTCSE, then the satisfaction of the customers of the company Electrocentro in the locality of Satipo will be determined.

In the study, a descriptive design was applied, specifically the descriptive transectional design; whose objective is to investigate the incidence and the values in which one or

more variables are manifested. The procedure consists in measuring in a group of people or objects one or generally more variable and providing their description.

The survey to the determined sample was used as instrument of data collection. It is concluded from the research results that the measurements obtained when describing the characteristics of the quality of the electric service comply with the tolerances of the Standard, allowing a positive perception and satisfaction of the customers of the company Electrocentro in the urban locality of Satipo; since the degree of satisfaction obtained a high value considering the aspects assessed such as quality of supply, quality of public lighting, quality of commercial service and efficient customer service.

**Keywords: Quality, Perception, Satisfaction**

# **CAPITULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACION Y FORMULACION DEL PROBLEMA**

#### **1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

Los clientes y usuarios están en su derecho de recibir un suministro de energía eléctrica, con calidad y a nivel óptimo. Es posible conceptualizar como el grupo con ciertas características y condiciones tecnológicas respetando la interacción entre la empresa del suministro eléctrico, los clientes y la comunidad en forma integral (Bollen, 2000).

Considerando que, el OSINERGMIN en 2,002 empezó una etapa de diagnóstico a sus diseños de evaluación, multas y sanciones, para superar los resultados obtenidos en diversos índices de calidad en el rubro del sector eléctrico; para cuyo efecto, tuvo como base el uso de normas legales facultativas que señala la “Ley Marco de los Organismos Reguladores” y en un estudio de la literatura existente sobre análisis económico del derecho sobre la ejecución de sanciones persuasivas, más conocido como la “Teoría de la Ejecución Pública de las Leyes,” empezado con los premios Nobel de Economía Gary Becker (1968) y George Stigler (1970).

(Tamayo, 2013), refiere que “La Norma Técnica de Calidad de los Servicios Eléctricos”, “(...) procedimientos de evaluación específicos en las diversas actividades, ya sea de calidad como de la seguridad”, ya que son índices fáciles de medir y evaluar periódicamente, especialmente semestral. Complementado con un sistema de sanciones

persuasivas, tomadas como base el concepto de que, “la mejor forma de proteger a los consumidores es dar las señales económicas ex ante la ocurrencia de accidentes o contingencias”, “para que las empresas respeten las normas de forma preventiva”. Para terminar, se instaló un diseño de evaluación de las entidades eléctricas y sus instalaciones referidas en el muestreo aleatorio como manera de hacer más eficiente y a menor costosa. Esta nueva visión, que está orientado a resultados y sustentado en “principios económicos y técnicos”, ha logrado importantes logros para la mejora de la calidad de los servicios que las empresas de suministros y distribución eléctrica vienen realizando.

La empresa Electrocentro es una empresa de distribución de electricidad que presta el servicio de energía eléctrica a los clientes finales; su visión es ser considerada como ejemplo de empresa eficiente y responsable. La política es cumplir con las necesidades de suministro de energía eléctrica a nuestros usuarios, utilizando los estándares de calidad determinados en las normas legales vigentes, a través de la mejora continua de los procesos y la competencia de nuestros trabajadores, garantizando la eficacia de nuestras operaciones.

Electrocentro, está presente en 7 regiones del territorio peruano: Junín, Huánuco, Pasco, Huancavelica, Ayacucho, parte de las provincias de Yauyos y Huarochirí de la Región Lima, y parte de la provincia de La Convención en la Región Cusco. Está organizada en Unidades de Negocios para efectos operativos y administrativos. Tiene un área de concesión de 6,347 km<sup>2</sup> que abarca el territorio dentro del cual operamos.

Una de sus sedes se encuentra ubicado en la ciudad de Satipo, provincia departamento de Junín; la empresa se preocupa por brindar un servicio de calidad cumpliendo con

ciertos estándares que están establecidas en la normatividad vigente, de manera que sus clientes se encuentren satisfechos con el servicio eléctrico que reciben.

(Williams, 2001), Los problemas tan conocidos de medir la satisfacción del cliente pueden ser abordados centrándose en un umbral bajo de insatisfacción, como una forma de descubrir las fallas de la calidad del servicio. Si bien las reducciones del nivel de insatisfacción no se pueden atribuir completamente a los cambios realizados como resultado del uso de los cuestionarios, las encuestas de clientes pueden ofrecer una forma rápida y económica para determinar las áreas de servicios donde se debe mejorar la calidad. Estos tipos de mejoras son necesarios si los proveedores del servicio quieren ser más sostenibles y si desean asistir a sus clientes para satisfacer sus necesidades de salud reproductiva.

Entonces, la investigación determina como la calidad del servicio eléctrico se relaciona con la satisfacción de los clientes en la sede de Electrocentro Satipo; para lo cual fabricaremos instrumentos que nos permitirán determinar los resultados.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- 1) ¿Cuál es la relación de la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?
- 2) ¿Cuál es la relación de la calidad del servicio comercial y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?
- 3) ¿Cuál es la relación de la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?
- 4) ¿Cuál es la relación de la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?

## **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la relación entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- 1) Determinar la relación de la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.
- 2) Determinar la relación de la calidad del servicio comercial y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.
- 3) Determinar la relación de la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.
- 4) Determinar la relación de la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Justificación Teórica**

El presente estudio desarrollará conceptos relacionados al servicio eléctrico de calidad que desempeña la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo; asimismo detallaremos conceptos relacionados a la satisfacción del cliente

producto del servicio brindado; conceptos que servirán para el desarrollo con mayor detalle en el marco teórico.

#### **1.4.2. Justificación Práctica**

La investigación evaluará la influencia de la calidad de servicio eléctrico respecto a la satisfacción de los clientes; ello permitirá tomar decisiones respecto a que servicios deben mejorar la calidad; plasmando en el presente estudio las respectivas sugerencias para que las empresas que prestan el servicio de electricidad los apliquen.

#### **1.4.3. Justificación Metodológica**

El trabajo de investigación se basa en una metodología sistémica, ya que los elementos que conforman la calidad de servicio eléctrico son el suministro continuo de electricidad, el producto entregado al cliente, el servicio comercial a través de la atención al cliente y el servicio de alumbrado público; los elementos están relacionados entre sí y que cada uno de ellos cumple una función para lograr como resultado la satisfacción de los clientes.

#### **1.4.4. Justificación Social**

La investigación permitirá medir el grado de satisfacción de los clientes que actualmente reciben el servicio de electricidad en la localidad de Satipo por parte de la empresa Electrocentro.

Es importante indicar que la aplicación de la Norma Técnica de Calidad del Servicio Eléctrico establece las mínimas exigencias de calidad, y cualquier incremento en el nivel de satisfacción de los clientes puede indicar una mejora continua con mayor calidad y así mejores perspectivas de sostenibilidad para la empresa y sociedad.

#### **1.4.5. Justificación de Conveniencia**

La investigación es conveniente por que se busca conocer si efectivamente la empresa Electrocentro S.A. brinda un buen servicio eléctrico en Satipo; en los aspectos de calidad de producto, suministro, comercial y alumbrado público; ya que los indicadores son evaluados y supervisados con frecuencia por el Osinergmin, normando los indicadores de performance y monitoreando el cumplimiento de las normas del sector eléctrico.

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Delimitación Espacial**

Geográficamente la investigación se realizará en el servicio eléctrico de Satipo de Electrocentro.

### **1.5.2. Delimitación Temporal**

El estudio corresponde un período de evaluación trimestral del presente año 2017.

### **1.5.3. Delimitación Conceptual o Temática**

La investigación enmarca los fundamentos conceptuales respecto al cumplimiento de los aspectos de la calidad de producto, la calidad de servicio comercial en la atención al usuario y/o cliente y la calidad de suministro de electricidad y su influencia en la satisfacción percibida por los clientes del servicio recibido.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÒRICO**

#### **II. MARCO TEÒRICO**

##### **2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

###### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

(Alarcón, 2013), realizó la tesis titulada: “Estudio de Satisfacción del Usuario Externo e Interno en los Servicios de Salud del Patronato Provincial de Pichincha”, para obtener el título de Máster en Salud Pública, por la Universidad San Francisco, Quito-Ecuador. El diseño de la tesis corresponde a descriptivo, con enfoque analítico transversal, como población de estudio considera a los Usuarios Internos, los mismos que laboran en los doce centros de salud de la entidad Patronato Provincial de Pichincha, así como a los Usuarios Externos seleccionados en forma aleatoria y que se apersonaron a recibir atención en los doce servicios de salud existentes. Como instrumento se optó por una encuesta estructurada, preparada especialmente para la investigación, tomadas como referencia a encuestas similares elaboradas en la ciudad de Lima, Perú.

Llegando a conclusiones y recomendaciones que, el nivel como satisfacción que es recibido por el usuario tanto interno como externo en los ambientes de salud, se hallan en niveles altos, reflejando por tanto la calidad de atención que ofrece el Patronato a los habitantes de la provincia de Pichincha. La tesis contribuye a

generar una base de datos específica sobre el desempeño de los servicios de salud y la satisfacción de los usuarios internos y externos, para el seguimiento y evaluación de la Calidad. Asimismo indica que es importante el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento de los servicios para el usuario interno y externo, así como reforzar el área de capacitación a los usuarios internos. Recomienda utilizar la acreditación de la norma ISO 9001-2008 como un instrumento que permita incentivar y reconocer los niveles de calidad de los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha, en lo cual es importante fortalecer el enfoque al cliente y la participación el personal.

(Puga, 2014), desarrolló la investigación titulada: "Calidad Percibida y Satisfacción de los Egresados"; para optar el grado de Doctor en Sociología en la Universidad A Coruña, España. La metodología que utiliza la investigación es el de desarrollo de escalas, para cuyo efecto "(...) combina métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas; en este caso ha optado por grupos de discusión, investigación por encuestas, el análisis factorial exploratorio y los modelos de ecuaciones estructurales."

Llegando a las siguientes conclusiones: La verificación de la calidad de universidades tiene protagonismo por la relevancia que actualmente se le otorga a las Universidades como instrumento esencial para la obtención del crecimiento económico y el mismo bienestar social. Una relevancia que se espera, va en incremento en relación a que los países de nuestro medio socio-económico establezcan en forma progresiva, sistemas productivos basados en los indicios de la economía del conocimiento; de tal manera estos sistemas requieren para su

triunfo a grupos de personas con calificaciones altas y sensibilizadas para seguir preparándose sosteniblemente toda su existencia.

(Agüero, 2009), desarrolló la tesis titulada: “Procedimiento para la Evaluación de la Calidad Percibida del Servicio Educativo de Pregrado en la Facultad de Ciencias Económicas del Centro Univesrsitario de las Tunas”; para optar el grado de Magister en la Universidad de las Tunas, Cuba. Sobre el aporte metodológico de la investigación se define en un diseño de procedimiento para la evaluación de la calidad que es percibida por los usuarios del servicio educativo universitario de pregrado desde una perspectiva de orientación al cliente. En las condiciones histórico sociales actuales de las universidades cubanas asumir la evaluación de la calidad desde la óptica del cliente, poniendo en el centro de las preocupaciones la satisfacción de sus expectativas, significa un paso de avance en la práctica de la gestión de los procesos universitarios y contribuye, significativamente, a responder a las demandas de la Educación Superior y la sociedad cubanas.

Llegando a concluir que: Dadas las insuficiencias que se manifiestan en la gestión de la calidad en la Facultad de Ciencias Económicas del Centro Universitario de Las Tunas, estudiar la evaluación de la calidad a partir de una perspectiva orientada al cliente (estudiantes, docentes, personal no docente, egresados y empresas u organizaciones empleadoras), permitió desarrollar, como principal aporte de esta investigación científica, un procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de los mismos sobre el servicio educativo de pregrado, orientado a medir, valorar y tomar desiciones para la mejora continua, lo que muestra la posibilidad de aportar a minimizar dichas insuficiencias y con ello

obtener resultados coherentes con la misión de la facultad. La pertinencia del procedimiento diseñado fue validada satisfactoriamente por Criterio de expertos, por lo que se considera puede ser aplicado la Facultad Ciencias Económicas del Centro Universitario de Las Tunas.

(Pico, 2011), desarrolló la tesis titulada: “La Calidad del Servicio y su Incidencia en la Satisfacción de los Clientes en la Cooperativa de Transportes . - Flota Pelileo”, para optar al título de Ingeniero de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador. La metodología utilizada en la presente investigación es tipo básica y tiene un nivel y diseño descriptivo. La técnica para la recolección de datos son las encuestas para los clientes externos y la entrevista para los clientes internos. Y para poder desarrollar y verificar correctamente las hipótesis el estudio utilizó la prueba del Ji Cuadrado.

Llegando a concluir en lo siguiente: Los clientes encuestados mencionan que conocer y ocupar las unidades de la cooperativa Flota Pelileo, dan seguridad, pero no en su totalidad, no existe mucha diferencia con las unidades de otras cooperativas, ya que personas no se sienten seguras del servicio que se brinda por muchos motivos; por accidentes que se dan hoy en la actualidad. La calidad de atención que existe dentro de la cooperativa es buena pues los empleados hacen su mayor esfuerzo ya que no han recibido curso de capacitación, pero esto debe otorgarse para que mejoren y tengan clientes fijos y su relación con ellos sea mas clara, concisa y oportuna.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

(Hidalgo, 2012), realizó la investigación: “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante la Cabaña de Don Parce. Piura – Perú”, para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Piura, Perú. El tipo de la tesis es básico y de nivel descriptivo ya que describe, analiza e interpreta el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio que reciben de la “Cabaña de Don Parce”; el diseño de esta investigación es cuantitativo ya que estudia la asociación o relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados. Concluyendo en lo siguiente: Los clientes del restaurante se encuentran satisfechos por el servicio ofrecido, evidenciándose que el promedio resultante de la dimensiones de la “calidad es de 4.017” y el promedio alcanzado en el ítem de “satisfacción general es de 4.44”, rangos del baremo de medición se hallan como “alta calidad”; asimismo, no se ha indicado de manera contundente la dimensión más relevante, al contrario se dijo que había una igualdad entre las dimensiones seguridad y confiabilidad. Por tanto, la primera dimensión se trata de la cortesía, también a la amabilidad y profesionalidad del personal, mientras que la segunda dimensión hace hincapié a la calidad, así como al sabor y frescura de la comida.

(Chomba, 2015), realizó la tesis: “Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente del en el Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú – Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo 2014”, para optar El Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo – Perú. La investigación utilizó el diseño descriptivo – correlacional. La muestra fue de 376

usuarios de una determinada población de 15000, se utilizó la encuesta como instrumento.

Concluyo en que, algunos consideraciones que influyen en la no satisfacción de los usuarios de la empresa son la pésima distribución de ventanillas por categoría, ofreciendo mejor cantidad de ventanas a usuarios de exclusiva banca tipo “B” aún considerando de que los usuarios con categoría “C” son los que mayormente tienen asistencia diaria.

(Cueva, 2016), desarrolló la tesis “Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes en el Banco Scotiabank 2013”, para optar el Diploma de Abogado en la Universidad de Huánuco – Perú. Sobre la metodología, el nivel de investigación fue descriptivo explicativo, es descriptivo, porque nos permitió medir la importancia de alcanzar la satisfacción del cliente, y nivel explicativo porque la relación causal explica como la calidad de servicio incidió en satisfacer al cliente. La investigación tiene un diseño “no experimental”, en su forma transversal. Es transversal porque se efectuó el corte en tiempo para recolectar la opinión de las personas involucradas en el sistema problemático. La población es de 2450 clientes del Scotiabank, del periodo del año 2013 en la Agencia Huánuco. Como instrumento se estableció un cuestionario conformado por preguntas basadas en las dimensiones de la calidad de servicio (capacidad en responder, habilidad, destreza y conocimiento, confianza); La recolección de los datos se presentan en tablas, cuadros, figuras y gráficos y el análisis de los datos obtenidos es con ayuda y la aplicación de la estadística descriptiva.

Concluye que la calidad de servicio tiene que ser delimitado por el nivel de servicio que brinda las entidades bancarias, es decir por el grado de satisfacción e insatisfacción en los estándares del mundo creditico o comercial. De los resultados obtenidos en la siguiente investigación se demostró, que determinados usuarios no se sienten satisfechos por el servicio brindado en la mencionada entidad bancaria en la Agencia Huánuco.

(Venegas, 2011), realizó la investigación sobre “Calidad de Servicio y el Nivel de Satisfacción de los Clientes de Cineplanet Trujillo Centro”, para optar el titulo de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo - Perú. La tesis utilizó un diseño descriptivo - transversal, así como los métodos deductivo, inductivo, analítico y sintético, la estadística y la técnica que utiliza para las recolección de datos es a traves de las encuestas.

Concluyendo en lo siguiente: la fiabilidad y la confiabilidad como dimensión de la Calidad de Servicio representan un valor significativo para los clientes de CINEPLANET Trujillo Centro y además crean en los clientes un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar el servicio la elección del servicio. Asimismo la principal estrategia que utiliza CINEPLANET Trujillo Centro con relación a la calidad de sus servicios es generar valor para sus clientes, esto hace que se mantenguen fieles, satisfechos y rentables para el negocio del cine.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Calidad de Servicio**

#### **Servicio:**

Se considera como concepto al sistema de diversas actividades conectadas entre sí que ofrece un servicio de mercado con el objetivo que el cliente obtenga una atención adecuada y se garantice con eficiencia el uso aceptable del servicio. El suministro que se debe entregarse al cliente es una herramienta poderosa en las empresas; es decir, se refiere a herramientas que pueden ser eficaces en una determinada entidad si es usada de forma correcta, lo que implica establecer políticas institucionales para tal fin.

#### **Cliente:**

Es la persona natural o jurídica registrado en forma legal que utiliza el servicio de energía eléctrica para este caso. El cliente para acceder al servicio público de electricidad debe tener su propiedad debidamente registrada y ubicarse dentro de la zona de concesión de distribución de la empresa que le presta el servicio. Los clientes se diferencian en función a la demanda eléctrica requerida y por ende nivel de voltaje, ya sea en baja tensión o media tensión y por la elección de la tarifa eléctrica.

**Calidad de Servicio:**

(Tamayo, 2013). “La calidad del servicio eléctrico es el conjunto de características de un bien o servicio”. El servicio eléctrico de calidad está compuesto por la técnica, comercial, alumbrado público y suministro, aspectos que tienen como propósito elevar el nivel de vida de las personas y avalar la seguridad del estado en favor de los usuarios.

Esta calidad técnica, agrupa criterios técnicos relacionados al producto (tales como la tensión, la frecuencia y las perturbaciones) y al suministro o continuidad (eventualidades en las interrupciones en el sistema eléctrico). La calidad del servicio en lo comercial considera tres sub aspectos: atención al cliente, medios de información al usuario y facturación; por otra parte, como calidad del alumbrado público, se establece los mínimos niveles luminotécnicos que deben cumplir las vías con tránsito motorizado y peatonal según el tipo de vías en sectores urbanas y rurales.

Como calidad comercial, establece como propósito garantizar que el Concesionario de Distribución de Electricidad del servicio eléctrico entregue al usuario una atención debidamente satisfactoria, la información requerida a través de los medios de disposición correspondientes para que se informen de sus deberes y derechos, y las diversas instalaciones específicas eléctricas necesarias para el pago del servicio que brinda. La prestación al usuario debe tener aspectos evidentes de trato razonable, atención amable, sin hacer esperar en forma prolongada y de una manera innecesaria, atendiendo a las expectativas y solucionando quejas, algunas incomodidades, denuncias, reclamos que se recibe

de parte de los consumidores. Además, la emisión de las facturas deben contener ciertos criterios normativos que están regulados por el Osinergmin, sin errores en la medida del importe facturado a pagar.

### **Calidad de Alumbrado Público:**

Significa como indicador fundamental para supervisar la calidad del alumbrado a los usuarios.

### **Calidad de Suministro:**

La Calidad de Suministro se expresa en función de la continuidad del servicio eléctrico a los Clientes, es decir, de acuerdo a las interrupciones del servicio.

Para evaluar la Calidad de Suministro, se toman en cuenta indicadores que miden el número de interrupciones del servicio eléctrico, la duración de las mismas y la energía no suministrada a consecuencia de ellas. El Período de Control de interrupciones es de seis (6) meses calendario de duración (MEM, 1997).

Se considera como interrupción a toda falta de suministro eléctrico en un punto de entrega. Las interrupciones pueden ser causadas, entre otras razones, por salidas de equipos de las instalaciones del Suministrador u otras instalaciones que lo alimentan, y que se producen por mantenimiento, por maniobras, por ampliaciones, etc., o aleatoriamente por mal funcionamiento o fallas; lo que incluye, consecuentemente, aquellas que hayan sido programadas oportunamente. Para efectos de la Norma, no se consideran las interrupciones totales de suministro cuya duración es menor de tres (3) minutos ni las

relacionadas con casos de fuerza mayor debidamente comprobados y calificados como tales por la Autoridad.

Se evalúa la calidad de suministro para todo punto de entrega, debiendo registrarse las interrupciones del servicio en la correspondiente base de datos del Osinergmin, toda falta de energía eléctrica, cuya causa es programada o no programada y que el Cliente desconoce no informada oportunamente por el Suministrador. La duración de la interrupción se determina desde el inicio de la interrupción hasta la reposición del suministro de energía eléctrico en forma continua y estable.

#### **Calidad de Servicio Comercial:**

(Tamayo, 2013), la Calidad de Servicio es un conjunto de características técnicas y comerciales, inherentes al suministro eléctrico exigible por los sujetos, consumidores y por lo órganos competentes de la administración.

Para establecer la normas y parámetros de calidad para el servicio de electricidad, se requirió previamente tener como base los criterios propuestos por las entidades internacionales, los cuales indican los aspectos relevantes de la calidad de servicio que son valorados para los usuarios y proponen los indicadores respectivos así como su forma de medición (Lezameta, 2012).

La Calidad del Servicio Comercial se supervisa sobre tres sub aspectos, y se desarrolla en la operación del sistema de suministro de energía eléctrica de la siguiente manera:

Buen trato al usuario; el Concesionario de Distribución debe prestar al usuario un trato debidamente razonable, con un alto grado de satisfacción y sin largas demoras a sus solicitudes o reclamos.

Medios a disposición del Cliente; El objetivo de estos medios es garantizar que la Empresa preste al Cliente una atención satisfactoria y le suministre toda la información necesaria respecto al servicio que recibe, de una manera clara y entendible, sobre todos los requisitos para los trámites que el Cliente puede realizar ante la empresa y el Osinergmin, asimismo le debe suministrar sus derechos y obligaciones del Cliente y Suministrador.

La energía facturada al cliente no debe incluir errores de medida que excedan a los límites de precisión establecidos para los sistemas de medición de energía eléctrica en la Norma DGE “Contraste del Sistema de Medición de Energía Eléctrica”, probada mediante Resolución Ministerial N° 496-2006-MEM/DM.

### **Calidad de Producto:**

La Calidad de Producto suministrado al Cliente se evalúa por las transgresiones de las tolerancias en los niveles de tensión, frecuencia y perturbaciones en los puntos de entrega. El control de la Calidad de Producto se lleva a cabo en períodos mensuales, denominados “Períodos de Control”.

Una calidad del producto se entiende como un instrumento de posicionamiento de las empresas en el mercado eléctrico. La calidad del servicio eléctrico mide también directamente el producto que se entrega al usuario bajo ciertos indicadores y condiciones que están establecidas en la Norma y sujeta a supervisión permanente por el Regulador.

En un amplio sentido más detallado, el concepto de la calidad se refiere a demostrar al cliente liberado de defectos. En tal sentido, casi todas las empresas orientadas en el usuario "...amplían esa definición limitada y en su lugar la definen en términos de la creación de satisfacción y valor para el cliente". (Evans, 2014).

(MEM, 1997), las tolerancias admitidas sobre las tensiones nominales de los puntos de entrega de energía, en todas las Etapas y en todos los niveles de tensión, es de hasta el  $\pm 5.0\%$  de las tensiones nominales de tales puntos. Tratándose de redes secundarias en servicios calificados como Urbano-Rurales y/o Rurales, dichas tolerancias son de hasta el  $\pm 7.5\%$ . Se considera que la energía eléctrica es de mala calidad, si la tensión se encuentra fuera del rango de tolerancias establecidas en este literal, por un tiempo superior al cinco por ciento (5%) del período de medición.

### **2.2.2. Satisfacción del Cliente**

#### **Definición de Satisfacción del Cliente:**

Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización (ISO9001, 2008).

Asimismo la satisfacción es la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo.

La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, se sentirá satisfecho inclusive encantado (Armstrong, 2013).

### **Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:**

Existen varios beneficios que toda empresa u organización pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, estos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente.

(Armstrong, 2013)

Primer beneficio: cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

“Segundo beneficio”: el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

“Tercer beneficio” es que, como usuario bien satisfecho no considera a la competencia; por consiguiente, la entidad consigue como un beneficio determinado un lugar (participación directa) en el mercado.

- **Elementos conformantes de la satisfacción al cliente:**

(Armstrong, 2013)

- a) Rendimiento recibido: habla sobre el desempeño (referente a la entrega de valor), que el usuario afirma haber obtenido después de adquirir un determinado producto o servicio específico. En otra forma, es la consecuencia que el usuario siente que alcanzó en el indicado producto o servicio que compró.

Por tanto, este rendimiento alcanzado tiene las características siguientes:

- ✓ La determinación es del enfoque inicial del cliente, más no de la entidad.
- ✓ Tiene como base derivaciones que el usuario alcanza con productos determinados o servicios prestados.
- ✓ También tiene como base en las apreciaciones del cliente, y no precisamente de acuerdo a la realidad.
- ✓ Tolera el impacto de los juicios de terceras personas que intervienen hacia el cliente.
- ✓ Está relacionado al estado de ánimo en que se encuentra el cliente.

Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el cliente.

- b) Expectativas: son anhelos que los usuarios esperan alcanzar algo.

Existen cuatro propuestas:

- ✓ Ofertas que hace la entidad sobre beneficios que ofrece el producto o diversos servicios.
- ✓ Costumbres de adquisiciones anteriores.
- ✓ Sugerencias de familiares, amigos, dirigentes de opinión.
- ✓ Ofrecimientos que realizan la competencia.

El área que obedece de la entidad, debe optar por criterios adecuados de determinar el rango perfecto de los anhelos.

Aspectos atractivos de esta parte es que, el decrecimiento en los indicadores de agrado del usuario, generalmente no representa una baja en la calidad de los servicios ofrecidos o productos elaborados; en distintos eventos es la consecuencia de un incremento en los anhelos del usuario, contexto que es imputable a las diligencias de aspectos de mercadotecnia (en forma específica a la publicidad y las ventas individualizadas).

c) “Los niveles de satisfacción”: al realizar la compra de un determinado producto o servicio prestado, los usuarios perciben algunos de los tres niveles relacionados a la satisfacción:

- ✓ “Insatisfacción; se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.”
- ✓ “Satisfacción; se produce cuando el desempeño percibido del servicio o producto coincide con las expectativas del cliente.”
- ✓ “Complacencia; se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.”

- **Pautas para grados de satisfacción de requerimientos y expectativas del usuario o cliente.**
  - ✓ Extender las posibles necesidades y eventuales expectativas de los clientes, inclusive considerando a diversos clientes muy potenciales que más consumen.
  - ✓ Establecer características específicas en el producto entregado para los clientes y así como a los consumidores.
  - ✓ Señalar e imitar las acciones positivas de otras empresas con monopolio natural en la atención de su respectivo mercado.
  - ✓ Identificar oportunidades para el crecimiento del mercado, factores de oportunidad y competencias futuras.
  - ✓ La complacencia se genera cuando el servicio percibido excede a las expectativas del cliente (ISO9001, 2008).

### **2.2.3. Descripción de la Empresa**

#### **Datos sobre la constitución de la empresa y su respectiva inscripción en los Registros Públicos (SUNARP):**

La empresa Electrocentro S.A. se constituyó según el marco de la Ley General de Electricidad Nro. 23406 y su respectivo Reglamento D.S. Nro. 031-82-EM/VM de fecha 04-10-1982, a través de la Resolución Ministerial N.º 319-83-EM/DGE de fecha 21-12-1983, como inicio de sus operaciones fue el 01-07-1984.

Como empresa pública de derecho privado se consolidó a través de la Escritura Pública de adecuación de sus Estatutos expedida el 06-08-1984 rubricado por el Notario Público Dr. Francisco Zevallos Ramírez, la misma que ha sido inscrita en el Asiento 1, Fojas 194, del Tomo 26 del Registro de Sociedades Mercantiles de Junín.

Esta empresa, es una entidad de servicio público de electricidad de derecho privado, con 100% de acciones del Estado Peruano, pertenece al Grupo Distriluz y es parte del grupo económico perteneciente y bajo el ámbito del Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE).

**Visión:**

Nuestra empresa se consolida como una empresa piloto, eficaz, innovadora y responsable socialmente.

**Misión:**

Satisfacción a los requerimientos de energía con alta calidad, orientado al desarrollo sostenible en el aspecto de responsabilidad, utilizando tecnología de avanzada y capacidad humana idónea, demostrando transparencia y utilizando asociaciones corporativamente, con énfasis en mejora continua, generando valor a nuestros clientes, colaboradores fieles y accionistas en general.

**Política de Calidad:**

Consiste en atender las solicitudes de suministro energía eléctrica respetando los estándares de calidad determinados en las normas legales vigente, para aumentar la satisfacción de los clientes.

**Valores Empresariales:**

- ✓ Responsabilidad Social
- ✓ Conducta empresarial
- ✓ Conciencia colectiva
- ✓ Fidelidad

**Giro del Negocio:**

Sistema eléctrico que se encarga en su zona de Concesión la distribución y comercialización de la energía eléctrica que comprende el distrito de Pangoa, provincia de Satipo y departamento de Junín.

## Organización interna de la empresa:

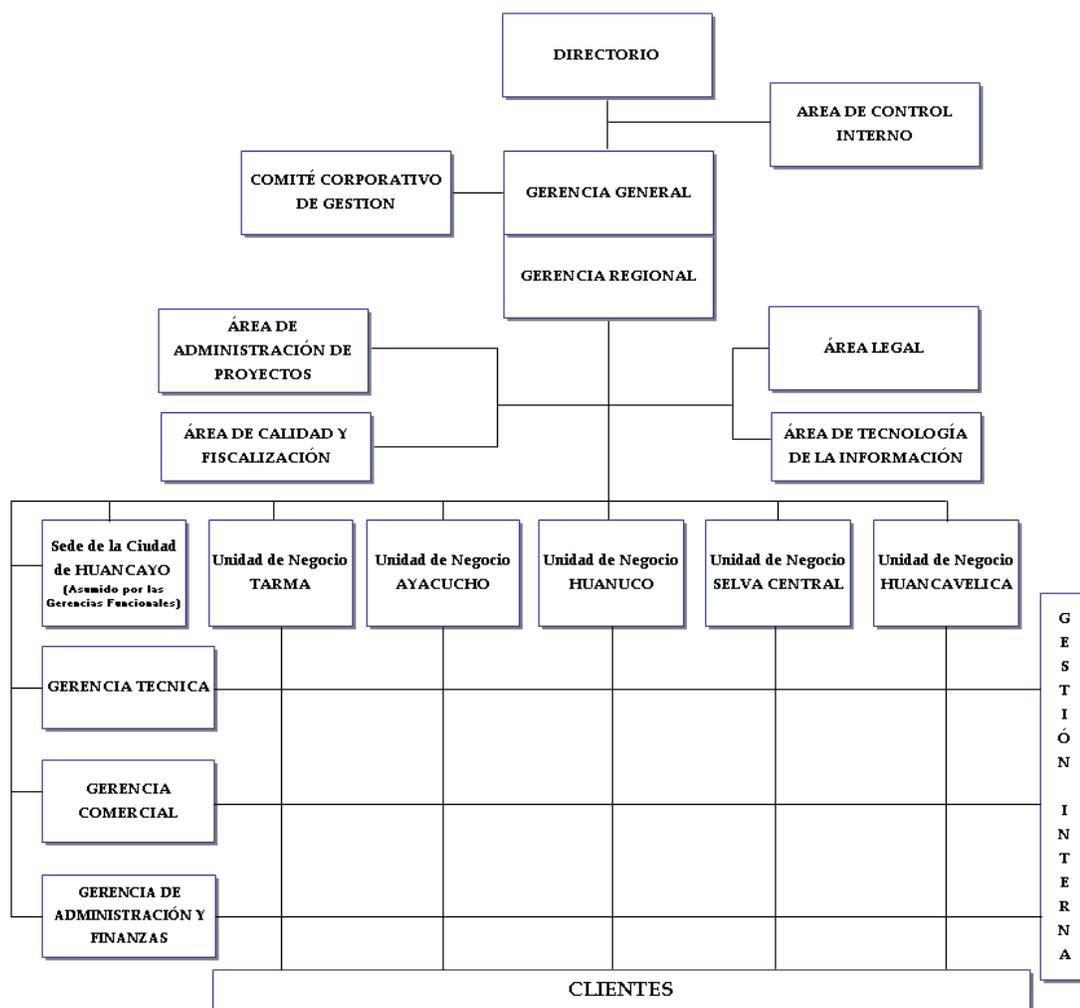


Figura N° 1: Organigrama estructural

### “Sistema de gestión de calidad”:

La empresa Electrocentro S.A. cuenta con vigencia de la certificación con los estándares de la norma ISO 9001:2008, esta certificación se encuentra vigente desde el mes de marzo 2,007 para sus siguientes procesos:

- ✓ “Operación y Mantenimiento en Generación y Transmisión de Energía Eléctrica en todo el ámbito de ELECTROCENTRO.”

- ✓ “Operación y Mantenimiento en Distribución de Energía Eléctrica en las zonas urbanas atendidas por las Oficina Central de cada una de las Unidades de Negocios de ELECTROCENTRO S.A.”
- ✓ “Comercialización de Energía Eléctrica en las zonas urbanas atendidas por las Oficina Central de cada una de las Unidades de Negocio de ELECTROCENTRO S.A.”
- ✓ “Gestión de Proyectos en todo el ámbito de ELECTROCENTRO.”

## **2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS**

### **Primera Variable**

#### **2.3.1. Calidad del Servicio Eléctrico**

(Tamayo, 2013), es el grupo de características de un determinado bien o servicio prestado; “(...)la calidad del servicio eléctrico está compuesta por la calidad técnica, la calidad comercial y la calidad del alumbrado público”, añade que las “(...) medidas que tienen por finalidad garantizar la seguridad pública para beneficio de los consumidores.”

#### **Calidad de Suministro:**

La calidad de suministro se expresa en función de la continuidad del servicio eléctrico a los clientes, es decir, de acuerdo a las interrupciones del servicio.

(MEM, 1997) considera como interrupción a toda falta de suministro eléctrico en un punto de entrega. Las interrupciones pueden ser causadas, entre otras razones, por salidas de equipos de las instalaciones del Suministrador u otras instalaciones que lo alimentan, y que se producen por mantenimiento, por maniobras, por ampliaciones, etc., o aleatoriamente por mal funcionamiento o fallas; lo que incluye, consecuentemente, aquellas que hayan sido programadas oportunamente.

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

“La calidad comercial tiene como objetivo garantizar que el suministrador del servicio eléctrico brinde al consumidor una atención satisfactoria”, continúa el autor señalando que, “(...) la información necesaria para que conozca sus derechos y deberes, y las instalaciones necesarias para el pago del servicio.”; terminado afirmando que “La atención al consumidor debe ser con un trato razonable, amable, sin esperas prolongadas de manera innecesaria” (Tamayo, 2013).

#### **Calidad de Alumbrado Público:**

Es establecer las exigencias lumínicas mínimas que deben cumplir las instalaciones de alumbrado de vías públicas desde su etapa de diseño; los estándares de calidad mínimos exigidos dentro del marco del cumplimiento de la Norma Técnica de Calidad de los Servicios Eléctricos, así como fijar las

obligaciones de los suministradores de alumbrado de vías públicas y las facultades de la autoridad para su correcta operación y oportuna reparación y mantenimiento; Norma Técnica DGE “Alumbrado de Vías Públicas en Zonas de Concesión de Distribución.

### **Calidad de Producto:**

En el sentido más específico, la calidad de producto se define como estar libres de defectos. Sin embargo, la mayoría de las empresas centradas en el cliente amplían esa definición limitada y en su lugar la definen en términos de la creación de satisfacción y valor para el cliente (Evans, 2014).

## **Segunda Variable**

### **2.3.2. Satisfacción del Cliente**

Satisfacción es la respuesta de realización del consumidor. Es un juicio de que una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo. En términos menos técnicos interpretamos que esta definición significa que la satisfacción es la evaluación del cliente de un producto o servicio ha cumplido las posibles necesidades y eventuales expectativas del cliente. Se supone que la falla en cumplir las posibles

necesidades y eventuales expectativas produce insatisfacción con el producto o servicio.

## **2.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1. Hipótesis General**

Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

### **2.4.2. Hipótesis Específicas**

Existe relación directa y significativa entre la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio comercial y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

Existe relación directa y significativa entre la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

## **2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO**

##### **Dimensiones**

- Calidad de Suministro.
- Calidad de Servicio Comercial.
- Calidad de Servicio de Alumbrado Público.
- Calidad de Atención al Cliente.

#### **SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**

##### **Dimensiones**

- Rendimiento percibido.
- Trato al cliente.
- Expectativas

**Cuadro N° 1: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO ELÉCTRICO	(Tamayo, 2013). "La calidad del servicio eléctrico es el conjunto de características de un bien o servicio".	Calidad de Suministro	Interrupciones del Servicio Eléctrico	CUESTIONARIO
		Calidad de Servicio Comercial	Nivel de Información del servicio brindado	
		Calidad de Alumbrado Público	Nivel de Iluminación de vías	
		Atención al cliente	Reclamos	
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN AL CLIENTE	"...medidas del desempeño del sistema de gestión de calidad..." (ISO9001, 2008).	Rendimiento percibido	Percepción del servicio brindado	
		Trato al cliente	Grado de amabilidad y cordialidad al Cliente	
		Expectativas	Determinar que desea el Cliente de la empresa	

Fuente: Elaboración propia

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA**

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

El método general de esta investigación es el método científico, pues es referirse a la ciencia (básica y aplicada) como un conjunto de pensamientos universales y necesarios, y que en función de esto surgen algunas cualidades importantes, como la de que está constituida por leyes universales que conforman un conocimiento sistemático de la realidad (Ruiz, 2007).

#### **3.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación es aplicada; (Cordova, 2013), porque busca la solución de problemas en base a resultados de la información obtenida. la metodología, es el procedimiento riguroso de una manera lógica que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento.

- Por su alcance temporal es seccional, por qué la investigación se refiere a un período específico de la gestión de la empresa.
- Por su amplitud el estudio se enmarca dentro de la zona de concesión de distribución de electricidad de la empresa Electrocentro, en el servicio eléctrico Satipo.

- Por sus fuentes es primaria, por qué los datos obtenidos a través de encuestas, la información y/o percepción del cliente respecto a la empresa.
- Por su carácter es cuantitativa, por qué se centra de manera predominante la investigación en los aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación.
- Por su naturaleza es empírica, por qué se trabaja con la información de los encuestados; el mismo que ha sido estructurado teniendo en cuenta las variables e indicadores en estudio.

### **3.3. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

El nivel de investigación es correlacional, porque “...buscan encontrar la relación entre variables, dimensiones o componentes a investigar.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### **3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la presente investigación será correlacional, debido a que tiene como propósito determinar el grado de relación entre las variables estilos de socialización parental y tipos de motivación.

, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Gráficamente se representa de la siguiente manera:

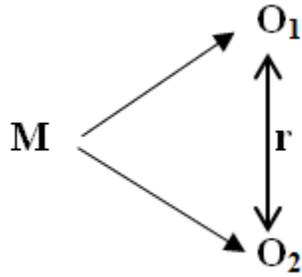


Figura N° 2: Transeccional correlacional

Aquí:

M = Muestra

O1 = Variable 1: Calidad de Servicio

O2 = Variable 2: Satisfacción de los Clientes

r = Relación entre variables

### 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.5.1. Población

Hernández, Fernández , & Baptista (2010) designa a la población designa a la población como la totalidad del fenómeno estudiado que posee una característica común.

En este caso la población está conformada por los titulares de los suministros eléctricos que reciben el servicio eléctrico de electricidad en la localidad de Satipo y es de la siguiente manera:

**Cuadro N° 2: Población**

<b>POBLACION</b>	<b>TOTAL</b>
Cientes de la localidad de Satipo	2437

Fuente: Base datos Optimus de Electrocentro S.A.

### **3.5.2. Muestra**

Para calcular el tamaño de esta muestra se basó en la fórmula estadística considerando una población finita.

$$n = \frac{(Z^2 \times P \times Q \times N)}{(E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q)} \quad (1)$$

N= Población es de 2437 suministros (clientes activos)

n= Es el tamaño de muestra

Z= Indica el nivel de confianza, en este caso es 95%

P= Probabilidad de éxito, se considera 0.5

Q= Probabilidad de fracaso, considerado con el 0.5

E= Nivel de error 0.05 considerado

n = 331; equivalente a 332 usuarios (clientes activos)

Por lo tanto la muestra estará conformada por 332 usuarios.

## **3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos**

Para la recolección de datos de las variables, se utilizará la Técnica Documental, con el objetivo de fundamentar mejor el marco teórico y recopilar información de interés. También se utilizó para recolectar datos utilizando las encuestas que nos proporcione datos, información relevante, orientada a la muestra establecida de la población establecida.

### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos es la encuesta a la muestra de los clientes de Electrocentro.

### **3.7. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para el procedimiento estadístico se utilizará el Programa Estadístico en Ciencias Sociales (SPSS) versión 22 el mismo que nos permitirá procesar los datos en función a nuestros objetivos y nos permitirá presentar los resultados mediante tablas y gráficos.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

#### IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Se aplicará la estadística descriptiva, la misma que permitirá analizar y luego interpretar los datos medidos en relación a las características de la calidad de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.

##### 4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

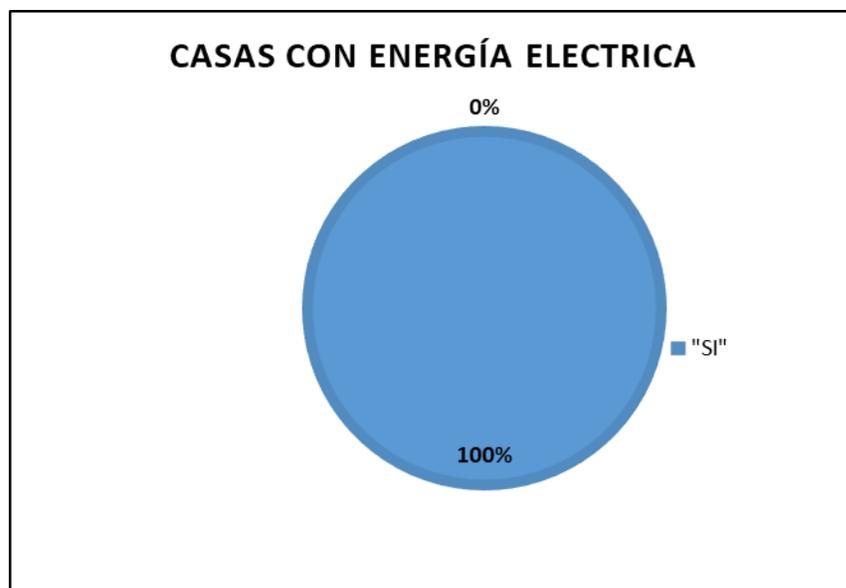
###### 4.2.1. CALIDAD DE SERVICIO ELÉCTRICO

###### Predios con energía eléctrica

**Tabla N° 1: Predios con energía eléctrica**

<b>Categoría</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
"SI"	332	100%
"NO"	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas dic. 2017



**Gráfico N° 1: Predios con energía eléctrica**

**INTERPRETACIÓN.-**

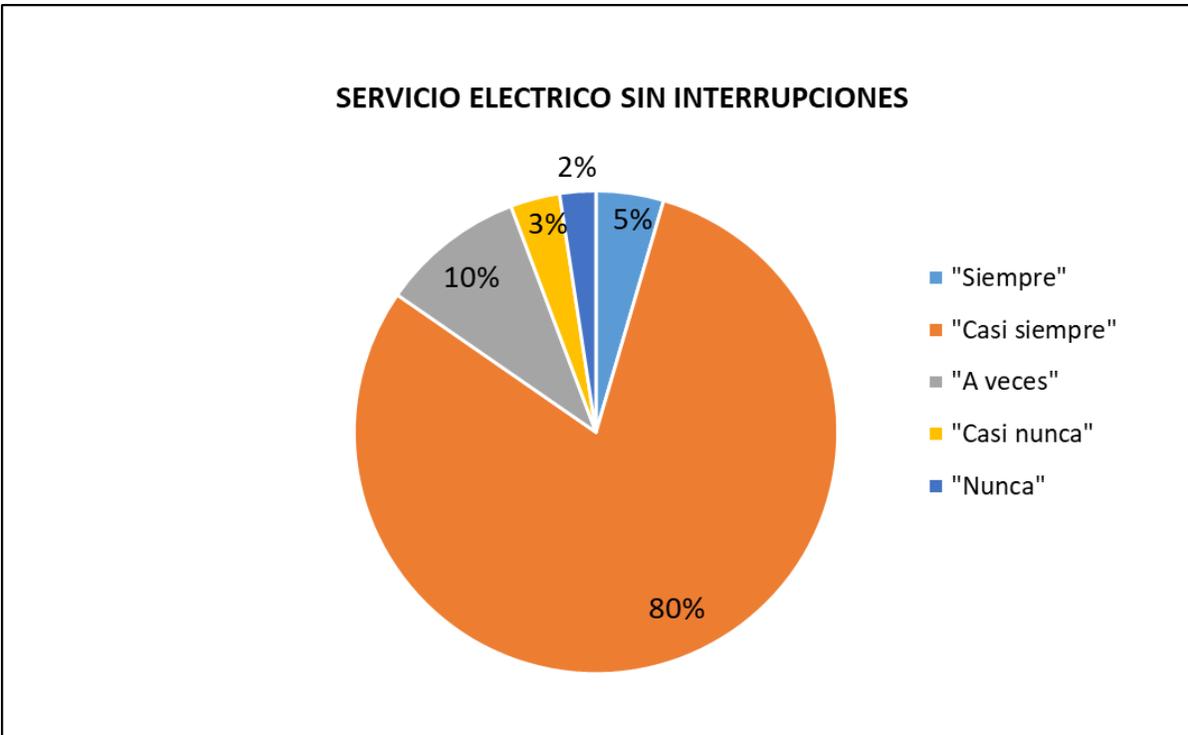
Del total, o sea el 100% de los entrevistados, tienen el suministro del servicio de energía eléctrica en sus respectivos hogares.

**Servicio eléctrico sin interrupciones**

**Tabla N° 2: Sobre el “Servicio eléctrico sin interrupciones”**

Categoría	N°	%
"Siempre"	15	5%
"Casi siempre"	266	80%
"A veces"	32	10%
"Casi nunca"	11	3%
"Nunca"	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 2: Servicio eléctrico sin interrupciones**

**INTERPRETACIÓN.-**

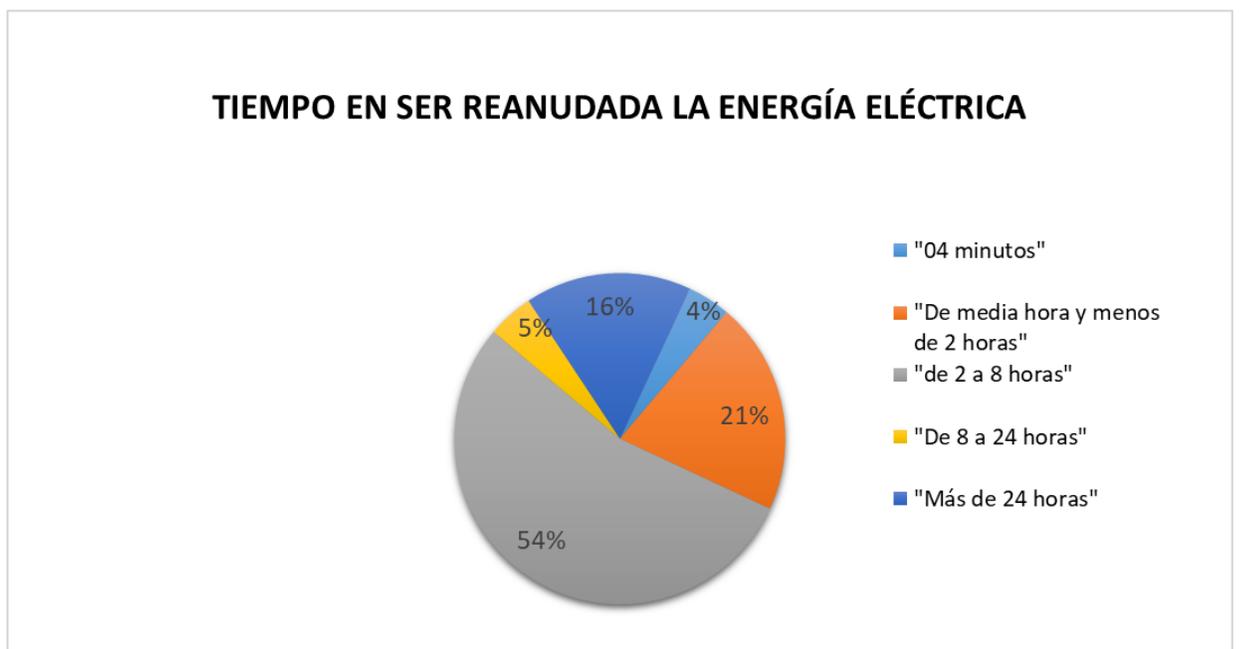
De los usuarios entrevistados, el 80% señalaron que, reciben este servicio casi siempre, mientras el 10% afirmaron que solo a veces, también el 5% manifestaron que casi siempre recibe sin interrupciones; en tanto el 3% señalan casi nunca; finalmente el 2% tiene el servicio eléctrico siempre.

## Tiempo en ser repuesto el servicio eléctrico

**Tabla N° 3: Tiempo en ser repuesto el servicio eléctrico**

Categoría	N°	%
"04 minutos"	14	4%
"De media hora y menos de 2 horas"	69	21%
"de 2 a 8 horas"	180	54%
"De 8 a 24 horas"	15	5%
"Más de 24 horas"	54	16%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 3: Tiempo en ser repuesto el servicio eléctrico**

## INTERPRETACIÓN.-

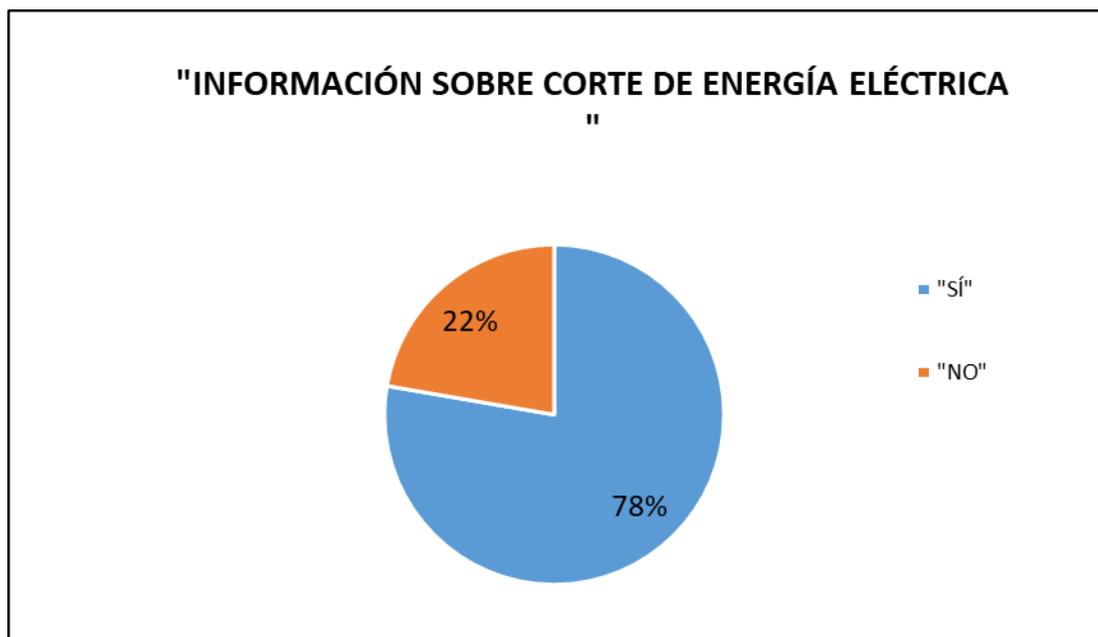
Referente a esta consulta, el 54% indicaron que tarda entre 2 y 8 horas; el 21% entre media hora y menos de dos horas, mientras que el 16 % señalaron que más de un día es el retraso, asimismo, el 5% indican que tarda entre 8 y 24 horas y el 4% indica que el servicio eléctrico retorna en 4 min.

### Información sobre el corte del servicio eléctrico

**Tabla N° 4: Información sobre el corte del servicio eléctrico**

Categoría	N°	%
"SÍ"	258	78%
"NO"	74	22%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 4: Información sobre el corte del servicio eléctrico**

## INTERPRETACIÓN.-

En cuanto a este ítem, el 78% de los usuarios señalaron que estaban enterados del corte del suministro sobre la energía eléctrica, solamente el 22% manifestaron que no han sido notificados.

Sobre: “Medio de comunicación sobre la interrupción o corte programado”

Tabla N° 5: Medios de comunicación

Categoría	N°	%
"Aviso radial"	155	47%
"Aviso televisivo"	98	30%
"Aviso en el periódico"	23	7%
"No aplica"	56	17%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017

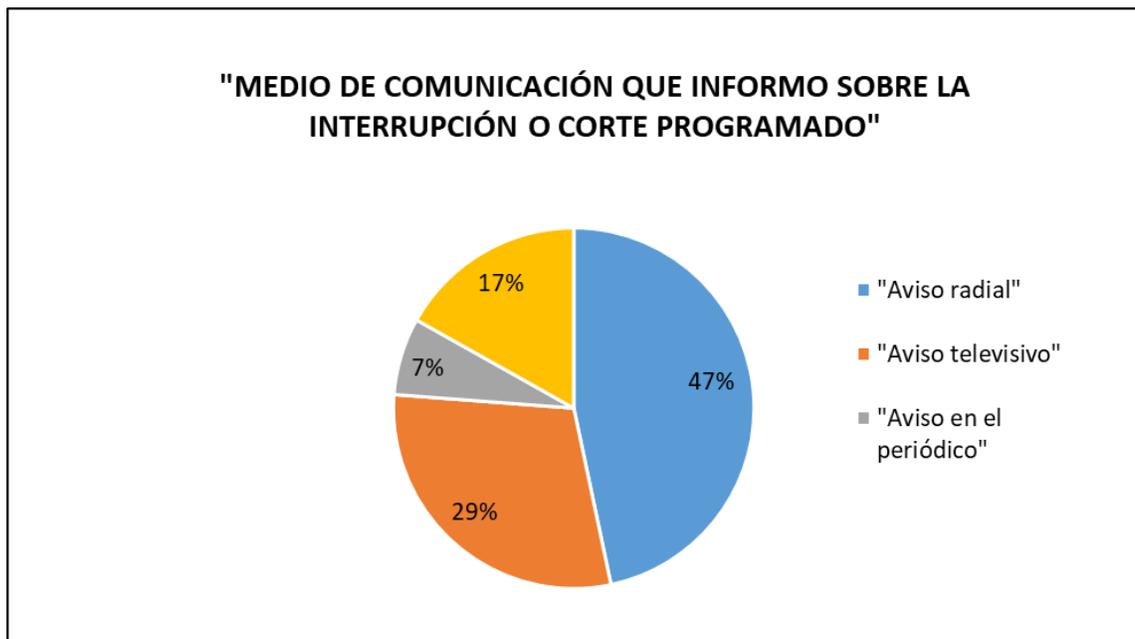


Gráfico N° 5: Medios de comunicación

## INTERPRETACIÓN.-

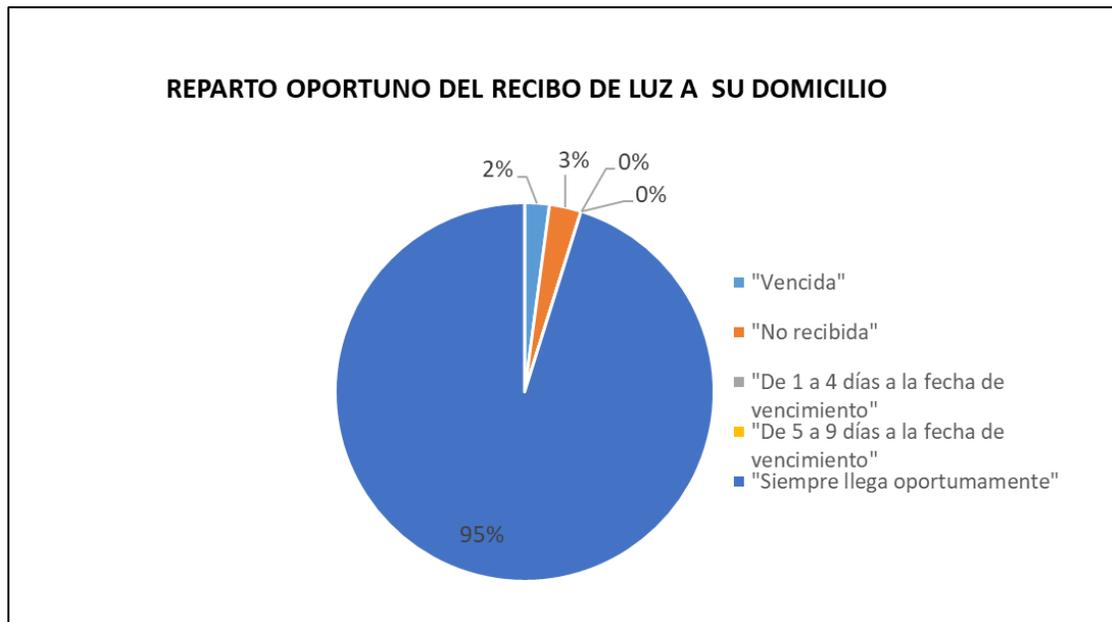
Luego de análisis de los resultados, el 47% de los usuarios estaban informados acerca de las interrupciones o cortes programados mediante avisos radiales, el 29% indico que por aviso televisivo, el 7% se enteró por aviso de periódico y para un 17% no aplica esta consulta.

### Entrega oportuna de recibo a su domicilio

**Tabla N° 6: Entrega oportuna de recibo a su domicilio**

Categoría	N°	%
"Vencida"	7	2%
"No recibida"	9	3%
"De 1 a 4 días a la fecha de vencimiento"	0	0%
"De 5 a 9 días a la fecha de vencimiento"	0	0%
"Siempre llega oportunamente"	316	95%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 6: Entrega oportuna de recibo a su domicilio**

## INTERPRETACIÓN.-

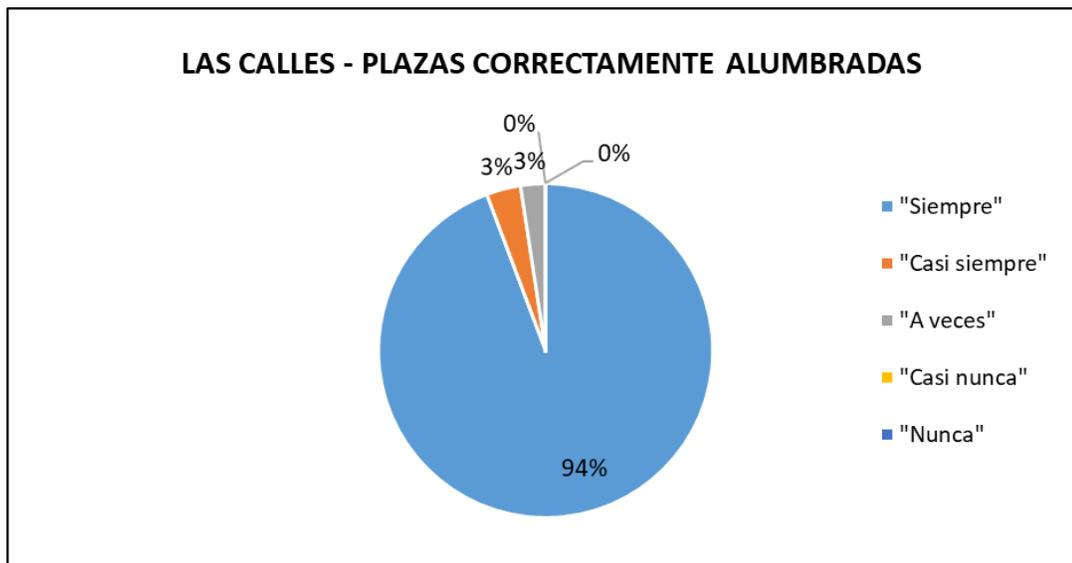
Tomando en cuenta los resultados se aprecia que, el 95% de los usuarios señalaron que, sus recibos tienen en sus domicilios oportunamente, en tanto un 3% manifestaron no haber recepcionado el recibo; finalmente sólo el 2% afirman haber recibido en forma vencida.

### Calles y Plazas con el servicio permanente de alumbrado

**Tabla N° 7: Calles y Plazas con el servicio permanente de alumbrado**

Categoría	N°	%
"Siempre"	313	94%
"Casi siempre"	11	3%
"A veces"	8	2%
"Casi nunca"	0	0%
"Nunca"	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 7: Calles y Plazas con el servicio permanente de alumbrado**

## INTERPRETACIÓN.-

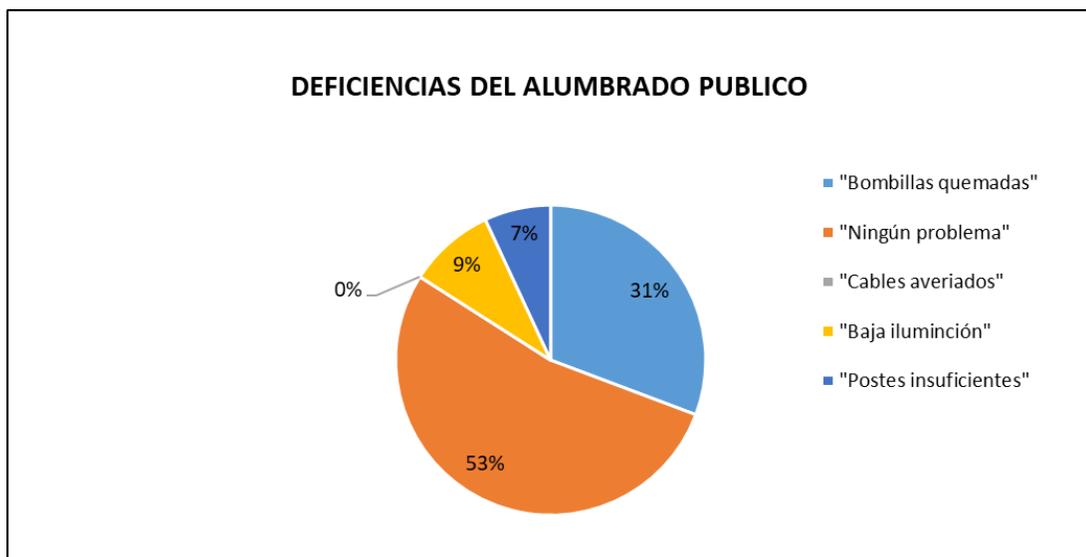
Sobre esta pregunta; señalan el 94% que las calles y plazas se encuentran siempre con la iluminación adecuada; mientras que sólo un 3% indican que, solo a veces y comparten el mismo porcentaje como casi siempre que tienen iluminación.

### Deficiencias en el servicio de alumbrado público

**Tabla N° 8: Deficiencias en el servicio de alumbrado público**

Categoría	N°	%
"Bombillas quemadas"	102	31%
"Ningún problema"	177	53%
"Cables averiados"	0	0%
"Baja iluminación"	30	9%
"Postes insuficientes"	23	7%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 8: Deficiencias en el servicio de alumbrado público**

## INTERPRETACIÓN.-

El 53% del total de los usuarios indicaron no tener alguna deficiencia de iluminación pública, en tanto que el 31% señalaron que las deficiencias se encuentran en las bombillas deterioradas por estar quemadas, el 9% indicaron que hay baja iluminación y el 7% manifestaron que hay postes insuficientes.

### Número de veces que realizo un reclamo

**Tabla N° 9: “Número de veces que realizo un reclamo”**

Categoría	N°	%
"Solo 1 vez "	50	15%
"2 a 3 veces"	9	3%
"4 a 5 veces"	1	0%
"Más de 5 veces"	1	0%
"Nunca"	271	82%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 9: Número de veces que realizo un reclamo**

## INTERPRETACIÓN.-

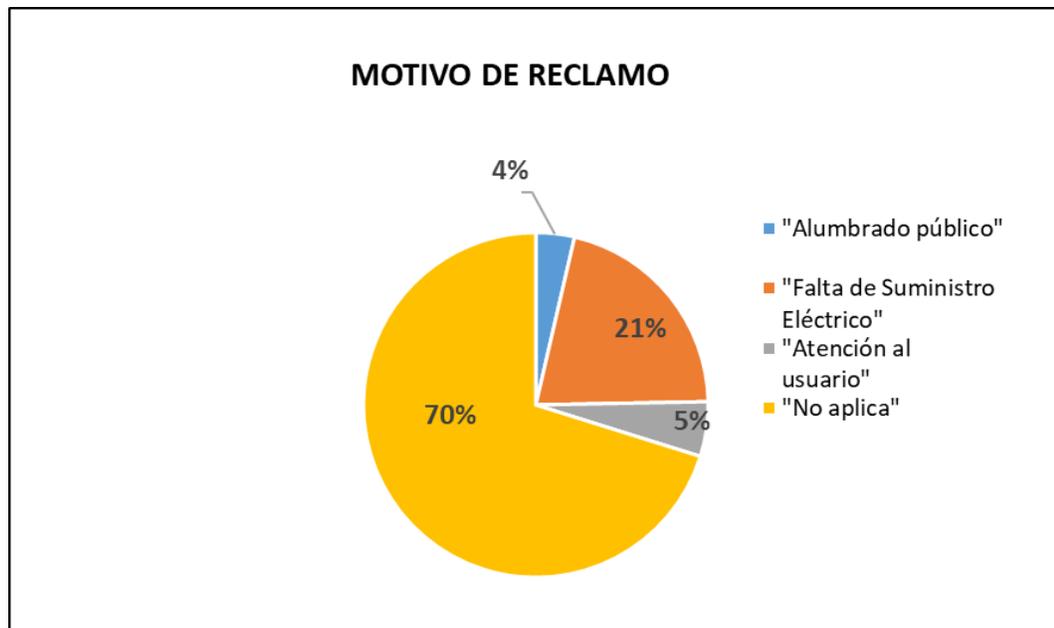
Referente al motivo de reclamo, tenemos que, el 82% indicaron que, nunca realizaron un reclamo, el 15% señalan que realizaron un reclamo en una sola oportunidad, en tanto que el 3% realizaron entre 2 a 3 veces un reclamo a la empresa Electrocentro.

### Motivo de reclamo

**Tabla N° 10: Motivo de reclamo**

Categoría	N°	%
"Alumbrado público"	12	4%
"Falta de Suministro Eléctrico"	70	21%
"Atención al usuario"	17	5%
"No aplica"	233	70%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 10: Motivo de reclamo**

## INTERPRETACIÓN.-

El 21% del total de los usuarios indicaron que, reclamó por la falta de servicio eléctrico, mientras el 5% por la atención al cliente el 4% por el servicio de iluminación pública, el 70% de los entrevistados, no se aplica esta consulta.

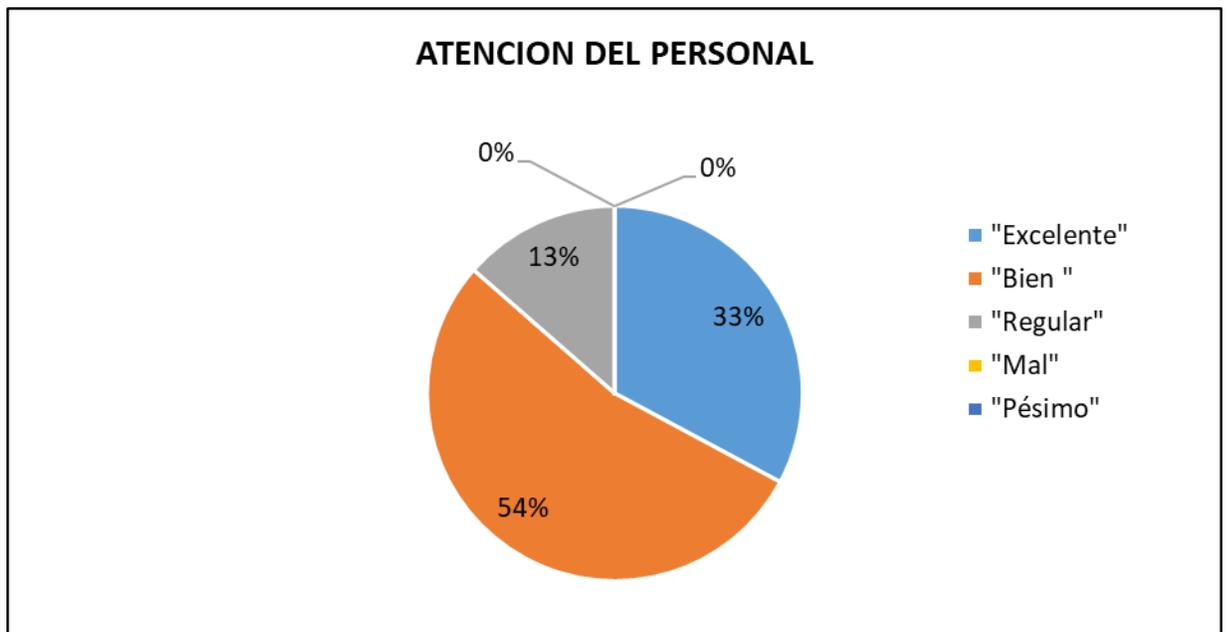
### 4.2.2. SATISFACCIÓN AL CLIENTE

#### Atención de los trabajadores

**Tabla N° 11: Atención de los trabajadores**

Categoría	N°	%
"Excelente"	109	33%
"Bien "	178	54%
"Regular"	45	14%
"Mal"	0	0%
"Pésimo"	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 11: Atención de los trabajadores**

## INTERPRETACIÓN.-

Del total de los encuestados, el 54% señalaron haber tenido una atención buena del personal de la empresa, mientras que un 33% manifestaron que las atenciones fueron excelentes y finalmente, el 13% fue regular.

### El personal está correctamente capacitado

Tabla N° 12: “El personal está correctamente capacitado”

Categoría	N°	%
"Muy de acuerdo"	44	13%
"De acuerdo"	213	64%
"Indiferente"	75	23%
"Nada de acuerdo"	0	0%
"En desacuerdo"	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017

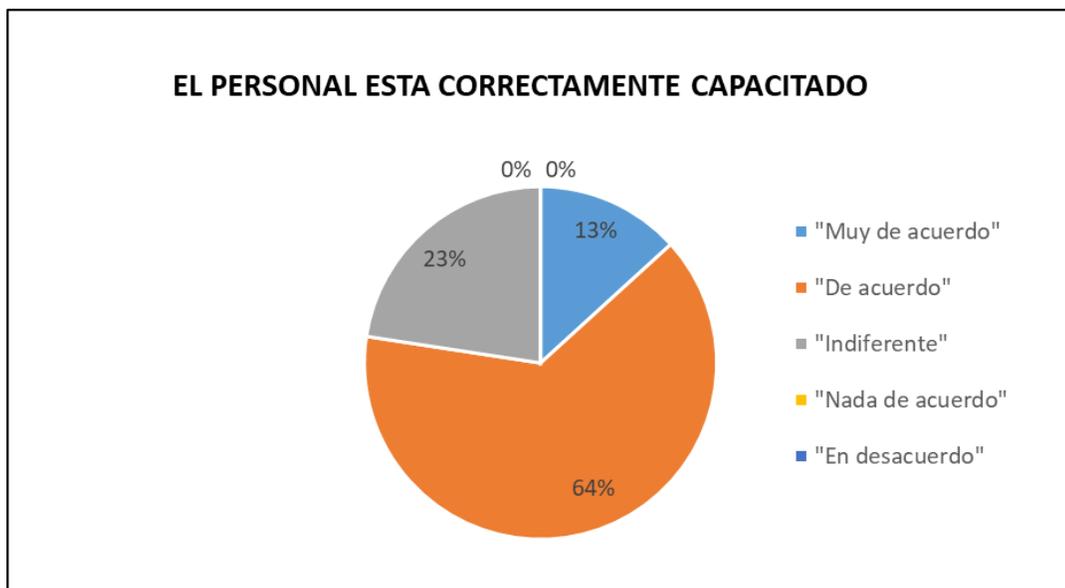


Gráfico N° 12: El personal está correctamente capacitado

## INTERPRETACIÓN.-

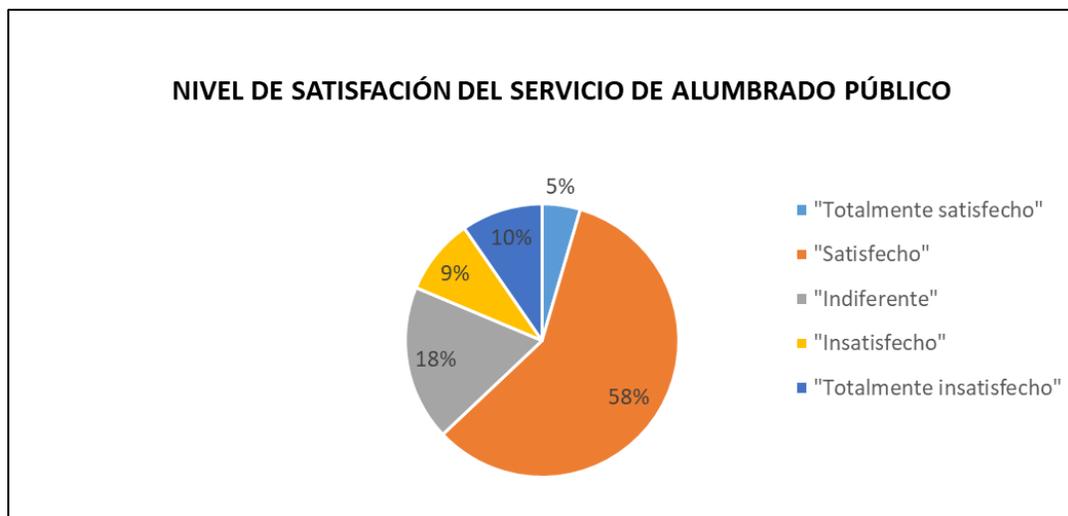
El 64% de los entrevistados, señalaron que se encuentran de acuerdo con el personal capacitado, asimismo, el 23%, son renuentes a la capacitación, en tanto un 13% manifestaron estar muy de acuerdo con los programas de capacitación desarrollados para el personal.

### Sobre el Nivel de satisfacción de servicio de alumbrado público.-

**Tabla N° 13: “Sobre el Nivel de satisfacción de servicio de alumbrado público”**

Categoría	N°	%
"Totalmente satisfecho"	15	5%
"Satisfecho"	194	58%
"Indiferente"	61	18%
"Insatisfecho"	30	9%
"Totalmente insatisfecho"	32	10%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 13: “Nivel de satisfacción de servicio de alumbrado público”**

## INTERPRETACIÓN.-

De los resultados obtenidos, el 58% de los encuestados están satisfechos del suministro del servicio de iluminación pública, el 18% se mostraron indiferentes, el 10% señalaron su malestar por estar totalmente insatisfechos, el 9% están insatisfecho, finalmente el 5% indicaron estar totalmente satisfechos.

### Satisfacción de la calidad de servicio

**Tabla N° 14: “Sobre la Satisfacción de la calidad de servicio”**

Categoría	N°	%
"SI"	283	85%
"NO"	49	15%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 14: Satisfacción de la calidad de servicio**

## INTERPRETACIÓN.-

El 85% de los usuarios señalaron estar satisfechos referente a la calidad del servicio recibido, solamente el 15% manifestaron estar insatisfechos con el servicio referente a la calidad del servicio que ofrece la entidad.

### Razones de satisfacción respecto al servicio

**Tabla N° 15: “Razones de satisfacción respecto al servicio”**

Categoría	N°	%
"Atención rápida"	31	9%
"Amabilidad del personal"	161	48%
"Personal capacitado"	80	24%
"Calidad del servicio"	14	4%
"No aplica"	46	14%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 15: Razones de satisfacción respecto al servicio**

## INTERPRETACIÓN.-

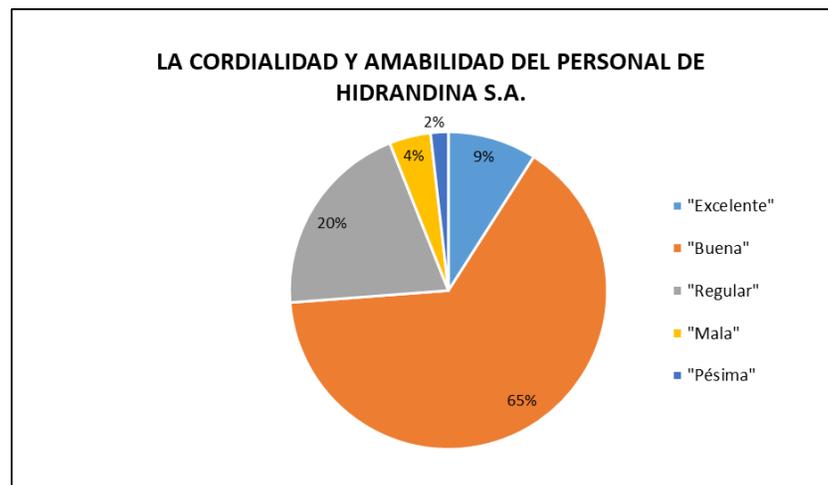
En cuanto a esta consulta, sobre las razones de satisfacción se ha podido percibir que, el 49% es por la amabilidad que brinda el personal, mientras que el 24% señala que son los colaboradores debidamente capacitados, sigue el 9%, por recibir atención rápida, y el 4% por recibir calidad del servicio; finalmente, el 14% muestran indiferencia al respecto.

**“La cordialidad y amabilidad del personal de Electrocentro S.A.”**

**Tabla N° 16: “La cordialidad y amabilidad del personal de Electrocentro S.A.”**

Categoría	N°	%
"Excelente"	30	9%
"Buena"	215	65%
"Regular"	67	20%
"Mala"	14	4%
"Pésima"	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 16: “La cordialidad y amabilidad del personal de Electrocentro”**

## INTERPRETACIÓN.-

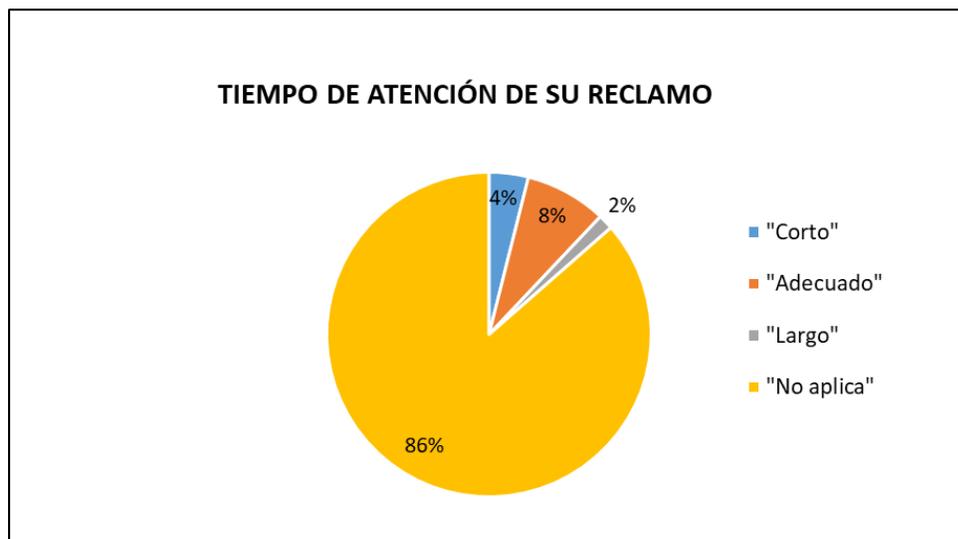
Sobre esta situación consultada, del total de usuarios el 65% afirman que, el aspecto de la cordialidad incluido la amabilidad de los colaboradores de la entidad es buena, en tanto que el 20% opinaron como regular, el 9% es excelente, para el 4% es mala y solamente en 2% indicaron como pésimo.

### Tiempo de atención de su reclamo

**Tabla N° 17: “Tiempo de atención de su reclamo”**

Categoría	N°	%
"Corto"	13	4%
"Adecuado"	27	8%
"Largo"	5	2%
"No aplica"	287	86%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 17: Tiempo de atención de su reclamo**

## INTERPRETACIÓN.-

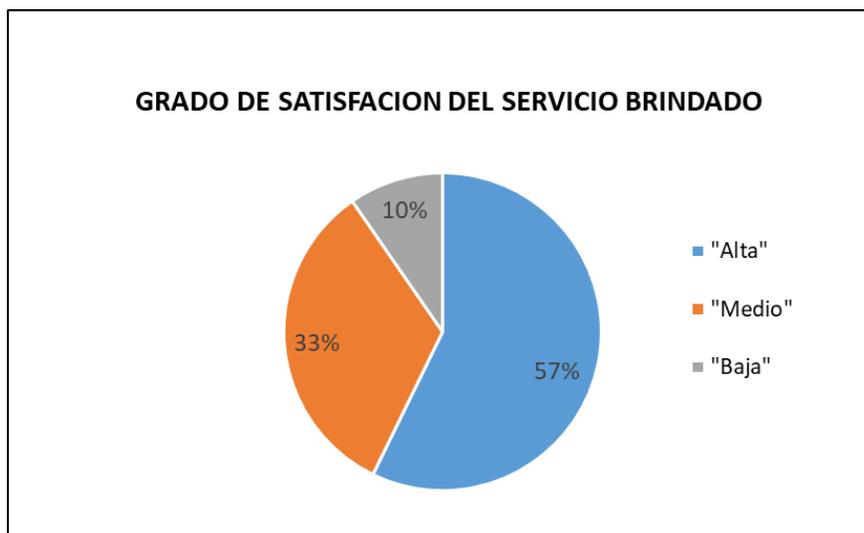
Al consultar sobre este ítem, del total de entrevistados, el 8% señalaron que, el tiempo destinado para la atención de su reclamo fue relativamente aceptable, el 4% fue corto el tiempo atendido, el 2% señalaron como largo el tiempo; el 86% no presentaron Ningún reclamo.

### Grado de satisfacción del servicio brindado

**Tabla N° 18: “Grado de satisfacción del servicio brindado”**

Categoría	N°	%
"Alta"	190	57%
"Medio"	110	33%
"Baja"	32	10%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 18: Grado de satisfacción del servicio brindado**

## INTERPRETACIÓN.-

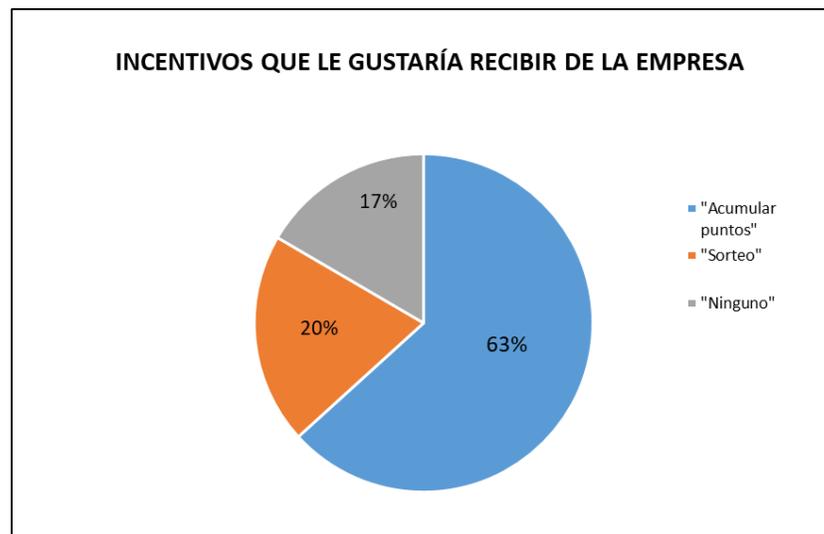
Al realizar las entrevistas, el 57% del total de los colaboradores, perciben que su grado de satisfacción es medio, sigue el 33% como alto y solamente el 10% indicaron como el grado de satisfacción bajo.

**“Incentivos que le gustaría recibir de la empresa”**

**Tabla N° 19: “Incentivos que le gustaría recibir de la empresa”**

Categoría	N°	%
"Acumular puntos"	210	63%
"Sorteo"	67	20%
"Ninguno"	55	17%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017



**Gráfico N° 19: “Incentivos que le gustaría recibir de la empresa”**

## INTERPRETACIÓN.-

En cuanto a los incentivos, sobre total de los encuestados, el 63% indicaron que la mejor opción sería acumular puntos, continúa con el 21% realizar sorteos, y el 17% muestran que, no estarían a gusto de recibir algún incentivo.

### Atención y servicio que debería mejorar

Tabla N° 20: “Atención y servicio que debería mejorar”

Categoría	N°	%
"Mayo número de ventanillas"	36	11%
"Mejorar la atención al cliente"	39	12%
"Todo está muy bien "	113	34%
"Rapidez en la atención"	21	6%
"Charlas sobre ahorro de energía"	102	31%
"Infraestructura"	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, encuestas 2017

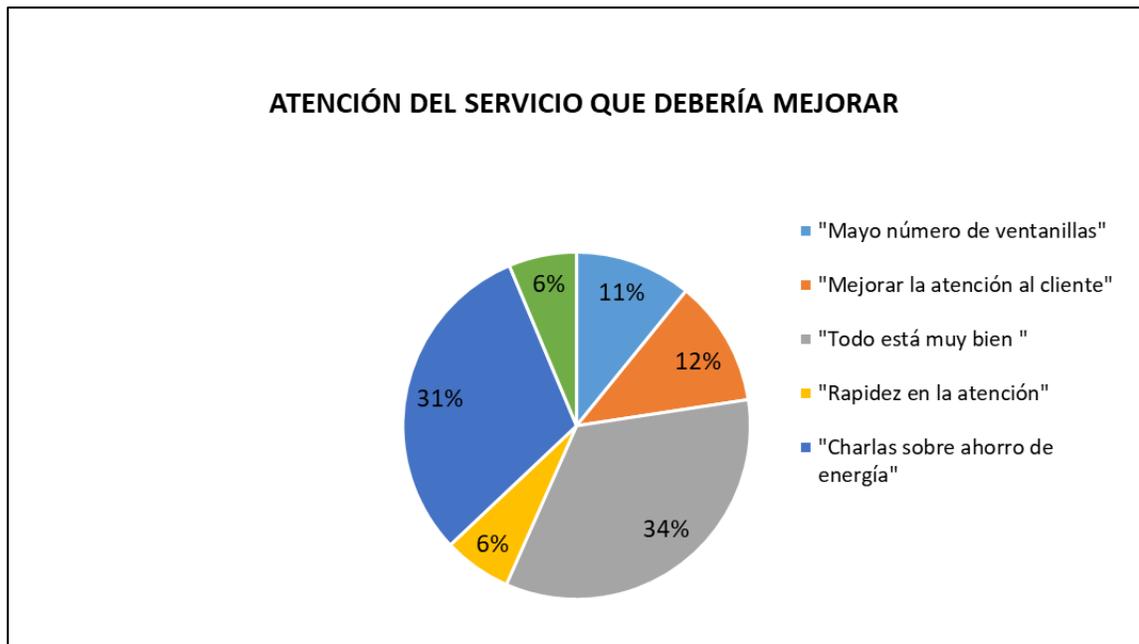


Gráfico N° 20: Atención y servicio que debería mejorar

## **INTERPRETACIÓN.-**

Referente al último rubro de consulta, el 34% manifestaron que no habría que cambiar nada considerando que todo se encuentra bien, siguen cuando el 31% señalaron que la entidad debería ejecutar charlas sobre temas de ahorro de energía, continúa el 12% que deben mejorar la atención a los clientes, en tanto que el 11% sugieren mayor atención y apertura de más ventanillas, finalmente el 6% proponen rapidez en la atención a los clientes.

### **4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

Al haber acopiado y sistematizado los resultados del instrumento utilizado, se ha realizado las confrontaciones con el contenido del marco teórico, por consiguiente, se señala lo siguiente:

Sobre los resultados obtenidos en la investigación, los clientes de Electrocentro en la localidad de Satipo determinaron con respecto a la satisfacción en forma gradual que muestran satisfacción por la calidad de servicio eléctrico recibido en sus hogares, se produce cuando la percepción del servicio concuerda con las expectativas del usuario, notándose una de los motivos para alcanzar dicha satisfacción, es la “amabilidad y un buen trato ofrecido del personal” o colaboradores que laboran en la empresa Electrocentro S.A; con lo que se confirma la Hipótesis de investigación.

Con respecto a la calidad de suministro de energía eléctrica, este se ha evaluado según los indicadores que establece la “Norma Técnica de la Calidad del Servicio Eléctrico”;

ósea cantidad de interrupciones y su duración; según la primera no se considera interrupción del servicio cuando el tiempo de duración es menor a 3 minutos y su evaluación es semestral y en cuanto a la Ley de Concesiones Eléctricas toda interrupción se debe compensar cuando este supere las cuatro horas de interrupción; sin embargo se ha percibido que los clientes siempre están informados cuando la Empresa programa el corte del servicio eléctrico con la finalidad de mejorar las instalaciones que operan.

Los clientes muestran su percepción en cuanto a la atención que reciben, es buena, cumpliendo con dos elementos de la buena calidad del servicio que son la responsabilidad y capacidad de respuesta, es decir garantizar la confiabilidad del servicio, actuando inmediatamente ante cualquier emergencia que se podría generar en la operación del sistema eléctrico; las posibilidades de mejora de los clientes es que, Electrocentro debe desarrollar charlas de sobre acciones de ahorro de la energía y el uso eficiente de los equipos electrodomésticos; así como los riesgos eléctricos que estén relacionados directamente con la seguridad pública, ya que ello contribuiría a alcanzar niveles de satisfacción en un porcentaje aceptable de los usuarios.

Las diversas solicitudes de reclamos presentados fueron resueltas en un tiempo muy adecuado, según lo percibido por el cliente; considerando todo reclamo debe ser atendido dentro de los 10 días, según establece la Directiva de Reclamos de los Servicios Públicos de Electricidad; entonces como efecto de ello Electrocentro tiene una línea de comunicación continua con los clientes las 24 horas del día y los siete días de la semana ininterrumpidas.

Con respecto a servicio de alumbrado público de las vías de acceso motorizado, peatonal y plazas, los clientes han indicado que si están satisfechos y que los niveles de iluminación están dentro de lo tolerable, pero la empresa tiene que seguir trabajando con algunas deficiencias que se han presentado como lámparas apagadas, difusores opacos, pastores revirados y otros que requieren de una frecuencia constante en el mantenimiento de los equipos de iluminación, con el único fin que los clientes se encuentren satisfechos.

## CONCLUSIONES

Se concluye que existe una “alta” satisfacción de los usuarios con el 57%, con respecto a la calidad de servicio eléctrico en la provincia de Satipo, lo que refiere que los clientes encuentran satisfechos con el servicio recibido.

Respecto al trato hacia los clientes, es positiva y buena, incluido la amabilidad y la cordialidad de los colaboradores, indicaron los clientes en un 65%, con respecto los clientes el 80% demuestran que el “servicio eléctrico”, “casi siempre” no tienen interrupciones; asimismo un 85% de los usuarios estaban enterados del corte de servicio eléctrico que programó Electrocentro en su oportunidad a través del medio de comunicación radial.

Los diversos clientes señalaron que las necesidades y las dificultades presentadas en la prestación del servicio eléctrico fueron atendidas de manera oportuna y rápida por Electrocentro, consideran, además, que la plana de trabajadores es altamente capacitado en el desarrollo de sus funciones la como indicaron un 64% de los encuestados.

La esperanza de los usuarios o clientes en cuanto a la entidad prestadora del servicio es que, debería gestionar capacitaciones (temas relacionados al ahorro energético, eficiencia energética y seguridad pública frente a los riesgos eléctricos existentes.)

La causa por el cual un 15% de los usuarios han presentado reclamos es por las interrupciones del servicio eléctrico, además un 9% señalaron que el período relativamente calculado como señal de respuesta a las solicitudes de reclamo, ha sido el adecuado.

Asimismo, los usuarios señalaron en más del 58% estar satisfechos sobre el servicio de alumbrado público recibido; asimismo, manifestaron que las vías de acceso motorizado y peatonal como calle y áreas públicas como las plazas se encuentran siempre correcta y aceptablemente iluminadas; en tanto el 31% manifestaron que, con frecuencia hay luminarias apagadas y que la empresa realiza el mantenimiento oportuno de la deficiencia que comunica el cliente así como postes insuficientes en las zonas periféricas de la ciudad de Satipo.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que Electrocentro Satipo debe brindar mayor información de los cortes del suministro eléctrico y con mayor anticipación a las 24 horas de ocurrir el evento, de tal suerte que, el total de los usuarios estén enterados a fin de lograr la satisfacción mayoritaria en lo clientes.

Electrocentro debe mantener y elevar la capacitación no solamente del personal nombrado sino también del personal tercero que está con mayor contacto directo con los clientes; básicamente en los procedimientos de atención al cliente y en las actividades de operación y mantenimiento.

Se recomienda a la empresa gestionar las charlas a la población relacionados a la prestación del servicio que brindan, asimismo en temas de ahorro energético, protección de instalaciones interiores en domicilios y la seguridad pública por existencias de riesgos eléctricos.

También debería mejorar la calidad de suministro de energía eléctrica; equipando el sistema eléctrico con sistemas de protección automática; sabiendo que desde el año 2012 Satipo el sistema eléctrico Satipo se interconectó al Sistema Interconectado Nacional; por lo que ya no hay problemas en satisfacer el crecimiento de la demanda eléctrica en la zona de Satipo.

Osinerghmin debe elevar la fiscalización del servicio de alumbrado público y hacer cumplir con los niveles de iluminación, luminancia y deslumbramiento de las vías de acceso motorizado y peatonal así como las plazas; actualmente lo hace una vez por semestre; lo

que implica que Electrocentro desarrolla también una vez por semestre el mantenimiento del servicio de alumbrado público.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüero, Y. B. (2009). *Procedimiento para la Evaluación de la Calidad Percibida del Servicio Educativo de Pregrado en la Facultad de Ciencias Económicas del Centro Universitario de las Tunas*. Cuba: Universidad Las Tunas.
- Alarcón, D. V. (2013). *Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha*. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Armstrong, G. (2013). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Bollen, M. (2000). *Understanding Power quality Problems*. EE UU: IEEE – Wiley – Interscience.
- Chomba, D. C. (2015). *La Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente del Área de Operaciones del Banco de Crédito del Perú - Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo 2014*. Trujillo, Perú : Universidad Nacional de Trujillo.
- Cordova, H. J. (2013). *Manual de Metodología de la Investigación*. Lima - Perú: UNASAM.
- Cueva, J. K. (2016). *Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes en el Banco Scotiabank 2013*. Huanuco, Perú: Universidad de Huanuco.
- Evans, J. R. (Tres de Abril de 2014). *Administración y Control de la Calidad*. Mexico, Lima, Perú: Thomson/South Western.
- Hernández, Fernández, & Baptista, &. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Editorial Mc Graw Hill. Colombia.

- Hidalgo, J. A. (2012). *Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce*. Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura.
- ISO9001. (2008). Translation Management Group. 4ta Edición.
- Lezameta, I. C. (2012). *Estudio de la Calidad de Servicio de las Redes Móviles en el Perú*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- MEM. (Nueve de Octubre de 1997). Norma Técnica de Calidad de Servicio Eléctrico. *Norma Técnica de Calidad de Servicio Eléctrico*. Lima, Lima, Perú: Ministerio Energía y Minas.
- Pico, G. A. (2011). *La Calidad del Servicio y su Incidencia en la Satisfacción de los Clientes en la Cooperativa de Transportes "Flota Pelileo"*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Puga, M. P. (2014). *Calidad percibida y satisfacción de los egresados*. España: Universidad la Coruña.
- Ruiz, R. (2007). *El método científico y sus etapas*. México.
- Tamayo, J. (2013). *La Protección del Consumidor en el Sector Eléctrico Peruano: Una Perspectiva Preventiva*. Lima: Osinergmin.
- Venegas, D. M. (2011). *La Calidad de Servicio y el Nivel de Satisfacción de Los Clientes de Cineplanet Trujillo Centro*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Williams, T. (2001). *Evaluación de la Calidad de los Servicios De Planificación Familiar a Través de Encuestas de Satisfacción de Clientes*.

## **ANEXOS**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TITULO:** Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro S.A. Satipo 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b> ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar la relación entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio eléctrico y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>	<p><b>VARIABLE N° 1:</b> CALIDAD SERVICIO <b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de suministro</li> <li>• Calidad de servicio comercial.</li> <li>• Calidad de Servicio Alumbrado Público.</li> <li>• Calidad de Producto.</li> </ul>	<p><b>Método:</b> Método científico</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b> Nivel correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> diseño transeccional correlacional</p> <p>El esquema es:</p>
<p><b>Problemas Específicos</b> ¿Cuál es la relación de la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b> Determinar la relación de la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b> Existe relación directa y significativa entre la calidad de suministro y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>	<p><b>VARIABLE N° 2</b> SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES <b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento percibido.</li> <li>• Atención al Cliente.</li> <li>• Expectativas</li> </ul>	<p>Dónde: M=Muestra X= Calidad de Servicio Y= Satisfacción de los Clientes R= relación entre las variables</p>
<p>¿Cuál es la relación de la calidad del servicio comercial y la satisfacción de los</p>	<p>Determinar la relación de la calidad del servicio comercial y la satisfacción de los</p>	<p>Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio comercial y la</p>		

<p>clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?</p> <p>¿Cuál es la relación de la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?</p> <p>¿Cuál es la relación de la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo?</p>	<p>clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p> <p>Determinar la relación de la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p> <p>Determinar la relación de la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>	<p>satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p> <p>Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio de alumbrado público y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p> <p>Existe relación directa y significativa entre la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo.</p>		<p><b>Población</b> En este caso la población está conformada por el total de clientes activos en la Concesionaria de la empresa Electrocentro Satipo, 2437 clientes.</p> <p><b>Muestra</b> Para determinar el Es el tamaño de muestra se aplicó la fórmula estadística para una población finita.</p> $n = \frac{(Z^2 x P x Q x N)}{(E^2 x (N - 1) + Z^2 x P x Q)}$
--	--	--	--	--

## ENCUESTA

### DATOS GENERALES:

Sexo:

Edad:

### INSTRUCCIONES:

Sírvase marcar con una "X" la respuesta que considere la más adecuada.

### **CALIDAD DEL SERVICIO**

1. ¿Su casa cuenta con energía eléctrica?

Sí

No

2. ¿Usted recibe el servicio eléctrico sin interrupciones?

Siempre

Algunas veces

A veces

Casi nunca

Nunca

3. Cuando hay corte de energía. ¿Qué tiempo tarda en ser reanuda con normalidad?

4 Min.

Entre ½ hora y menos de 2 horas

Entre 2 y 8 horas

Más de 8 horas hasta 24 horas

Más de 1 día

4. ¿Usted estuvo informado de las interrupciones o cortes programados por Electrocentro S. A.?

Sí

No

5. Medio de comunicación por el cual tuvo conocimiento de las interrupciones o cortes programados por Electrocentro S. A.

Aviso radial

Aviso televisivo

Aviso en el periódico

6. Número de veces que llegó su recibo oportunamente a su domicilio en el último año.

- Vencida o no recibida
- De 1 a 4 días antes de la fecha de vencimiento
- De 5 a 9 días antes de la fecha de vencimiento
- De 10 a más días antes de la fecha de vencimiento
- Siempre llega oportunamente
7. ¿Las calles, plazas de la ciudad están debidamente alumbradas?
- Si  No  A veces
8. ¿Cuáles son los principales problemas en relación con el alumbrado público?
- Bombillas quemadas
- Cables averiados
- Baja iluminación
- Postes insuficientes
9. ¿Cuántas veces usted ha realizado un reclamo en el último año?
- Una sola vez
- 2 ó 3 veces
- 4 o 5 veces
- Más de 5 veces
- Nunca
10. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo respecto al servicio eléctrico?
- Exceso de consumo de energía
- Quema de artefactos electrodomésticos
- Variaciones de voltaje

### **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

11. ¿Cómo lo atendió el personal que está a cargo de la atención al cliente?
- Muy bien
- Bien
- Más o menos
- Mal
- Pésimo
12. ¿Usted considera que el personal que trabaja en Electrocentro S. A. esta correctamente capacitado?

- Nada de acuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

13. Respecto al servicio de alumbrado público en su residencia usted está:

- Muy satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

14. Está satisfecho con la calidad del servicio, que brinda la empresa Electrocentro

- Sí  No

15. Razones por las que usted está satisfecho con el servicio que brinda la empresa.

- Cortes programados
- Atención rápida
- Amabilidad del personal
- Personal capacitado
- Calidad del servicio

16. ¿Cómo considera la cordialidad o amabilidad del personal de Electrocentro S. A.?

- Muy buena
- Buena
- Más o menos
- Mala
- Pésima

17. Usted considera que el tiempo de atención para atender su reclamo es:

- Muy largo
- Largo
- Adecuado

18. Basándose en su experiencia con el servicio brindado. ¿Cuál es su grado de satisfacción?

- Alta
- Medio
- Baja

19. ¿Qué incentivos le gustaría recibir de la empresa a cambio del pago puntual de su recibo?

- Acumular puntos bonos
- Sorteos
- Rifas
- Ninguno

20. En que debería mejorar la atención y el servicio que brinda Electrocentro S. A.

- Mayor número de ventanillas
- Todo está muy bien / No hay problemas
- Rapidez en la atención
- Charlas sobre ahorro de energía
- Infraestructura

## **ASPECTOS ÉTICOS**

### **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, AGUIRRE RUIZ, Jeferson; egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, especialidad de Administración y Sistemas, identificada con Código Matricula C05345G y DNI N° 43654830 con la tesis titulada: Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro S.A. Satipo 2017.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Peruana los Andes.

Huancayo, 30 de Marzo del 2017

---

Bach. Aguirre Ruiz, Jeferson

DNI. 43654830

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, SAEZ VILLANUEVA, Nataly Milagros; egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, especialidad de Administración y Sistemas, identificada con Código Matricula C02197I y DNI N° 44204087 con la tesis titulada: Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro S.A. Satipo 2017.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Peruana los Andes.

Huancayo, 30 de Marzo del 2017

---

Bach. Saez Villanueva, Nataly Milagros  
DNI. 44204087

## FOTOS

















