

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



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Gestión comercial y competitividad empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023

Para Optar : El Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor : Bach. TORPOCO VILLALVA JOSAFAT NEHEMIAS MIKAEL

Asesor : Mg. VASQUEZ RAMIREZ MICHAEL RAISER

Línea de Investigación

Institucional: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y

Culminación: 05.07.2023 – 04.07.2024

Huancayo – Perú
2024

HOJA DE APROBACION DE LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS
GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DE LA
ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS
DE SANEAMIENTO SELVA CENTRAL, SATIPO 2023

PRESENTADO POR:

Bach. Torpoco Villalva Josafat Nehemias Mikael

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciado en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE : _____

PRIMER MIEMBRO : _____

SEGUNDO MIEMBRO : _____

TERCER MIEMBRO : _____

Huancayo, de del 2024

**GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LOS
COLABORADORES DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS DE
SANEAMIENTO SELVA CENTRAL, SATIPO 2023**

ASESOR

MTRO. VASQUEZ RAMIREZ MICHAEL RAISER

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a la memoria de mi abuela, quien en vida me inculcó las ganas de mejora constante; a mis padres, quienes siempre me dieron la confianza, el amor y la paciencia; y, por último, a mi esposa y mi hijo, por estar juntos superando las adversidades de la vida con amor y perseverancia

Josafat Torpoco.

AGRADECIMIENTO

A mi alma mater, la Universidad Peruana Los Andes por brindarme las herramientas necesarias para mi desarrollo profesional, a los docentes de mi querida Facultad de Ciencias administrativas y Contables quienes, a lo largo de 5 años, me han formado con valiosos conocimientos y sobre todo como personas conscientes de las diversas problemáticas que ocurren en el campo de la administración de empresas.

Agradecer especialmente a nuestro asesor de tesis, quien me brindó su tiempo y paciencia con el objetivo de culminar nuestra investigación. De igual manera quiero expresar nuestro sincero agradecimiento a los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo por su dedicación y tiempo brindado.

Josafat Torpoco.

CONSTANCIA DE SIMILITUD



Oficina de
Propiedad Intelectual
y Publicaciones

NUEVOS TIEMPOS
NUEVOS DESAFIOS
NUEVOS COMPROMISOS

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0249 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

Gestión comercial y competitividad empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : Bach. TORPOCO VILLALVA JOSAFAT NEHEMIAS MIKAEL

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Asesor(a) : Mg. VASQUEZ RAMIREZ MICHAEL RAISER

Fue analizado con fecha **29/05/2024**; con **132 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

El documento presenta un porcentaje de similitud de **25 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: ***Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.***

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.



Huancayo, 29 de mayo del 2024.

MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

CONTENIDO

HOJA DE APROBACIONDE LOS JURADOS	ii
ASESOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
CONTENIDO	vii
CONTENIDO DE TABLAS, FIGURAS, GRÁFICOS, CUADROS	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	19
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	28
1.2.1. Delimitación Espacial	28
1.2.2. Delimitación Temporal.....	28
1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática.....	28
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	29
1.3.1. Problema General.....	29
1.3.2. Problemas Específicos	29
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.4.1. Justificación Social	29

1.4.2. Justificación Teórica.....	30
1.4.3. Justificación Metodológica.....	30
1.5. OBJETIVOS.....	30
1.5.1. Objetivo General.....	30
1.5.2. Objetivos Específicos.....	31
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	32
2.1. ANTECEDENTES.....	32
2.2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	37
2.2.1. Gestión Comercial.....	37
2.2.1.1. Atención al Cliente.....	40
2.2.1.2. Cobranza.....	42
2.2.1.3. Facturación.....	44
2.2.2. Competitividad Empresarial.....	49
2.2.2.1. Ventaja Competitiva.....	51
2.2.2.2. Ventaja competitiva como efectividad de la competitividad empresarial. 52	
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	53
2.3.1. Gestión Comercial.....	53
2.3.2. Facturación.....	53
2.3.3. Cobranza.....	53
2.3.4. Atención al cliente.....	54
2.3.5. Competitividad Empresarial.....	54

2.3.6. Ventaja Competitiva.....	54
CAPÍTULO III HIPÓTESIS	55
3.1. Hipótesis General	55
3.2. Hipótesis Específicas	55
3.3. Variables	55
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA	60
4.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	60
4.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	61
4.3. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	61
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
4.5. POBLACIÓN Y LA MUESTRA	62
4.5.1. Población	62
4.5.2. Muestra.....	63
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ...	64
4.6.1. Técnicas de recolección de datos	64
4.6.2. Instrumentos de recolección de datos	64
4.6.3. Validez y Confiabilidad del Instrumento	64
4.7. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	66
4.8. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
CAÍTULO V RESULTADOS.....	69
5.1. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS	69

5.1.1. GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS DE SANEAMIENTO SELVA CENTRAL, SATIPO - 2023	69
5.1.1.1. Gestión Comercial: Atención al Cliente	69
5.1.1.2. Gestión Comercial: Facturación	75
5.1.1.3. Gestión Comercial: Cobranza	78
5.1.1.4. Competitividad Empresarial: Ventaja Competitiva	81
5.2. CONTRASTE DE DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS	83
5.2.1. GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA EPS SELVA CENTRAL S.A., SATIPO 2023	83
5.2.2. ANÁLISIS DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS SEGÚN VARIABLES Y DIMENSIONES	86
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	93
APLICACIÓN PRÁCTICA	96
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	103
Anexo 2: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	104
Anexo 3: OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO	108
Anexo 4: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN	111

Anexo 5: CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO.....	117
Anexo 6: DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS	128
Anexo 7: TABLA DE DISTRIBUCIÓN RHO DE SPEARMAN.....	129
Anexo 8: CONSENTIMIENTO INFORMADO	130

CONTENIDO DE TABLAS, FIGURAS, GRÁFICOS, CUADROS

Tabla 1 Estructura tarifaria de La Merced	45
Tabla 2 Estructura tarifaria de Villa Rica y Oxapampa	46
Tabla 3 Estructura tarifaria de Satipo	46
Tabla 4 Estructura tarifaria de Pichanaqui y Sangani	47
Tabla 5 Estructura tarifaria de San Ramon	47
Tabla 6 Población	63
Tabla 7 Muestra	64
Tabla 8 Resultado de Evaluación de los Expertos, del Instrumento de Investigación	65
Tabla 9 Baremo de Interpretación del Coeficiente de Correlación	67
Tabla 10 Aspectos Generales de la Atención al Cliente	69
Tabla 11 Nivel de información al usuario	71
Tabla 12 Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	74
Tabla 13 Desviación del monto facturado	76
Tabla 14 Calidad de la facturación	77
Tabla 15 Aspectos generales de la facturación	77
Tabla 16 Desviación del tiempo de atención	78
Tabla 17 Aspectos generales de la cobranza	79
Tabla 18 Eficiencia	81
Tabla 19 Posición en el Mercado	82
Tabla 20 Correlación entre la Gestión Administrativa y Competitividad Empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.	83
Tabla 21 Correlación entre la Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.	84
Tabla 22 Correlación entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.	85
Tabla 23 Correlación entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.	86

Figura 1 Cantidad de informes de atención de denuncias	20
Figura 2 Cantidad de informes de aspecto de estructura tarifaria.	21
Figura 3 Cantidad de informes de aspecto operacional por EPS.	22
Figura 4 Cantidad de informes aspecto de atención al cliente - virtual	23
Figura 5 Problemas frecuentes por tipos identificados en las microaudiencias	24
Figura 6 Elementos necesarios para la calidad de atención al cliente	42
Figura 7 Elementos necesarios para la calidad de atención al cliente	42
Figura 8 Aspectos Generales de la Atención al Cliente	70
Figura 9 Nivel de información al usuario	72
Figura 10 Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	74
Figura 11 Desviación del monto facturado	76
Figura 12 Calidad de la facturación	77
Figura 13 Aspectos generales de la facturación	77
Figura 14 Desviación del tiempo de atención	78
Figura 15 Aspectos generales de la cobranza	79
Figura 16 Eficiencia	81
Figura 17 Posición en el Mercado	82
Figura 18: Cálculo del Estadístico Hipótesis General	87
Figura 19: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 1	88
Figura 20: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 2	90
Figura 21: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 3	91

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, titulado "Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023", tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión comercial y la competitividad empresarial en los colaboradores de dicha entidad. La metodología empleada incluyó el método científico como enfoque general. Se trató de una investigación básica de nivel correlacional, con un diseño no experimental de corte transeccional longitudinal. La población de estudio se centró en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central en Satipo durante el año 2023, aplicándose una muestra censal al 100% de los empleados de la institución. El instrumento utilizado para recolectar los datos sobre las variables de estudio fue la encuesta. Los resultados del estudio mostraron, con un nivel de confianza del 99%, una relación positiva muy fuerte ($R_s=0,994$) entre la gestión comercial y la competitividad empresarial en los colaboradores de la entidad. Se concluye que los resultados de la investigación indican una relación positiva muy fuerte entre la gestión comercial y la competitividad empresarial.

Bach. Torpoco Villalva Josafat Nehemias Mikael

Términos claves utilizados en la Investigación: Gestión, Comercial, Competitividad y Empresarial.

ABSTRACT

The present research work, entitled "Commercial Management and Business Competitiveness in the Collaborators of the Selva Central Sanitation Services Provider Entity, Satipo 2023", aimed to determine the relationship between commercial management and business competitiveness in the collaborators of said entity. The methodology used included the scientific method as a general approach. It was a basic research at a correlational level, with a non-experimental longitudinal transectional design. The study population focused on the collaborators of the Selva Central Sanitation Services Provider Entity in Satipo during the year 2023, applying a census sample to 100% of the institution's employees. The instrument used to collect data on the study variables was the survey. The results of the study showed, with a confidence level of 99%, a very strong positive relationship ($R_s=0.994$) between commercial management and business competitiveness in the entity's collaborators. It is concluded that the research results indicate a very strong positive relationship between commercial management and business competitiveness.

Bach. Torpoco Villalva Josafat Nehemias Mikael

Key terms used in the Research: Management, Commercial, Competitiveness and Business.

INTRODUCCIÓN

Las empresas prestadoras de servicios de saneamiento (EPS) se clasifican según el número de conexiones que administran. La Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. (EPSSSC S.A.) se categoriza como una empresa mediana debido a que maneja entre 15,000 y 40,000 conexiones. Esta clasificación se basa tanto en el tamaño como en la cantidad de conexiones administradas.

Esta investigación se originó a partir de la problemática de la falta de una evaluación continua de la gestión comercial, la cual abarca aspectos relacionados con la calidad de la facturación, la atención al cliente y la cobranza, en relación con su impacto en la competitividad empresarial como ventaja en la gestión de la empresa EPSSSC S.A. Se recomienda que la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass) implemente las medidas correctivas necesarias en caso de ser necesario. Por lo tanto, con base en los propósitos perseguidos, hemos formulado nuestro objetivo: determinar la relación entre la gestión comercial y la competitividad empresarial de la empresa EPSSSC S.A. en 2023.

La investigación se ha estructurado en cinco capítulos, detallados a continuación:

El capítulo I aborda el Planteamiento y Sistematización del Problema, donde se desarrolla la descripción del problema, se formulan los objetivos, se justifica el estudio y se establecen las delimitaciones.

El capítulo II abarca el marco teórico, que incluye los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, las definiciones conceptuales y operacionales, así como el sistema de hipótesis.

El capítulo III se centra en la formulación de las hipótesis generales y específicas y en las variables de investigación.

El capítulo IV se dedica a los aspectos metodológicos de la investigación, cubriendo el tipo y nivel de investigación, la operacionalización de variables, el diseño del tratamiento, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de datos.

El capítulo V presenta los resultados de la investigación, incluyendo el análisis estadístico, la interpretación de los resultados, la comparación y evaluación de los mismos, las implicaciones teóricas, las aplicaciones prácticas y la confirmación de hipótesis.

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

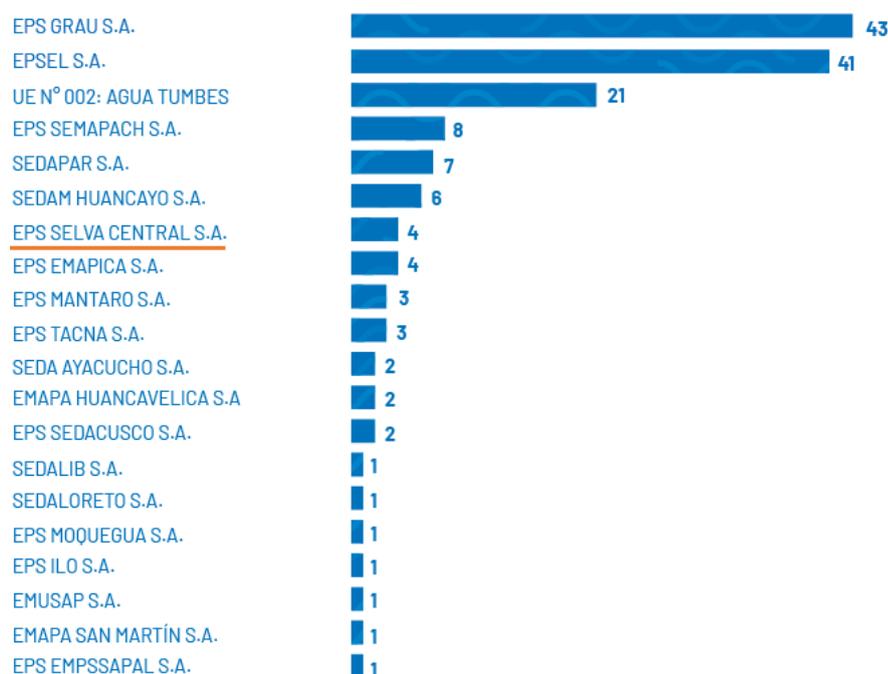
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass) llevó a cabo la fiscalización de las empresas prestadoras de servicios de saneamiento (EPS) en el ámbito urbano a nivel nacional durante el año 2021. En dicho periodo, se elaboraron 153 reportes de atención de denuncias, destacando una EPS que superó significativamente el promedio, como se muestra en el siguiente gráfico. Esta evaluación integral incluyó diversas inspecciones y revisiones de cumplimiento normativo, garantizando así la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios de saneamiento.

Figura 1

Cantidad de informes de atención de denuncias

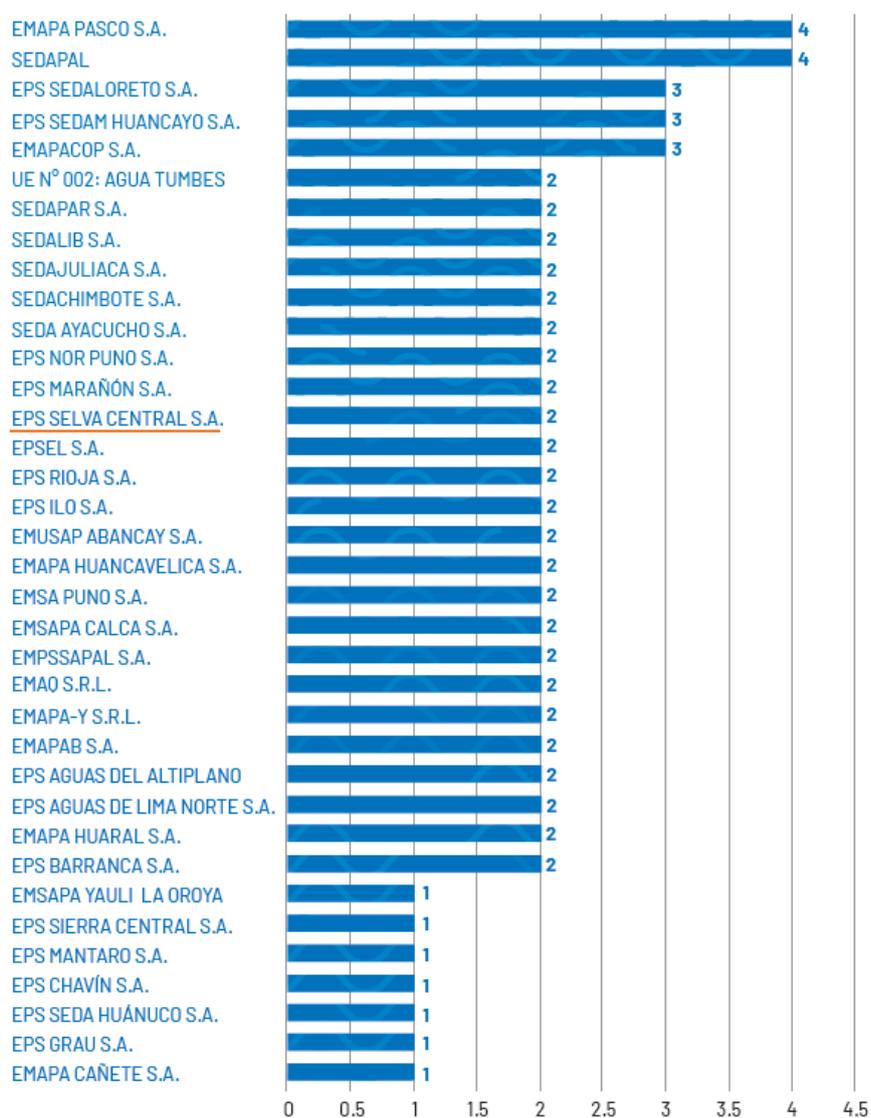


Nota. Dirección de Fiscalización y Dirección de Ámbito de la Prestación Sunass
2021

En relación con la supervisión de la implementación de la estructura tarifaria y los costos de los servicios complementarios, se observa que en el año 2021 se produjeron 72 reportes relacionados con la estructura tarifaria. Estos documentos revelan que la EPS de Saneamiento Selva Central S.A. presentó dos informes en los que se detectaron incumplimientos de las normativas establecidas. Estos informes detallan las irregularidades detectadas y las medidas correctivas recomendadas para garantizar la transparencia y equidad en las tarifas aplicadas a los usuarios.

Figura 2

Cantidad de informes de aspecto de estructura tarifaria.

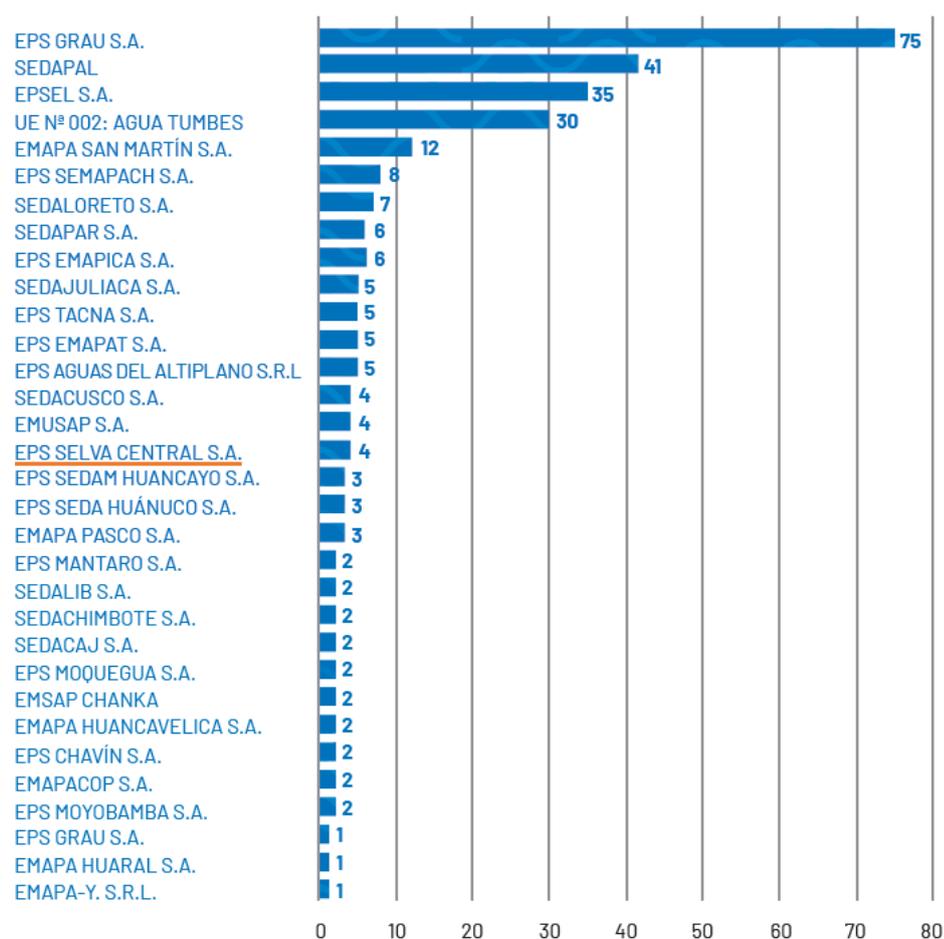


Nota. Dirección de Fiscalización y Dirección de Ámbito de la Prestación Sunass
2021

También con respecto a la Fiscalización de aspectos de operacionales en el año 2021 se produjeron 279 reportes vinculados a la supervisión de los aspectos operacionales de las EPS; donde se puede observar que cuatro reportes de incumplimientos están vinculados a las prestadoras EPS Selva Central; a continuación, el ranking a nivel nacional de empresas que incumplieron.

Figura 3

Cantidad de informes de aspecto operacional por EPS.

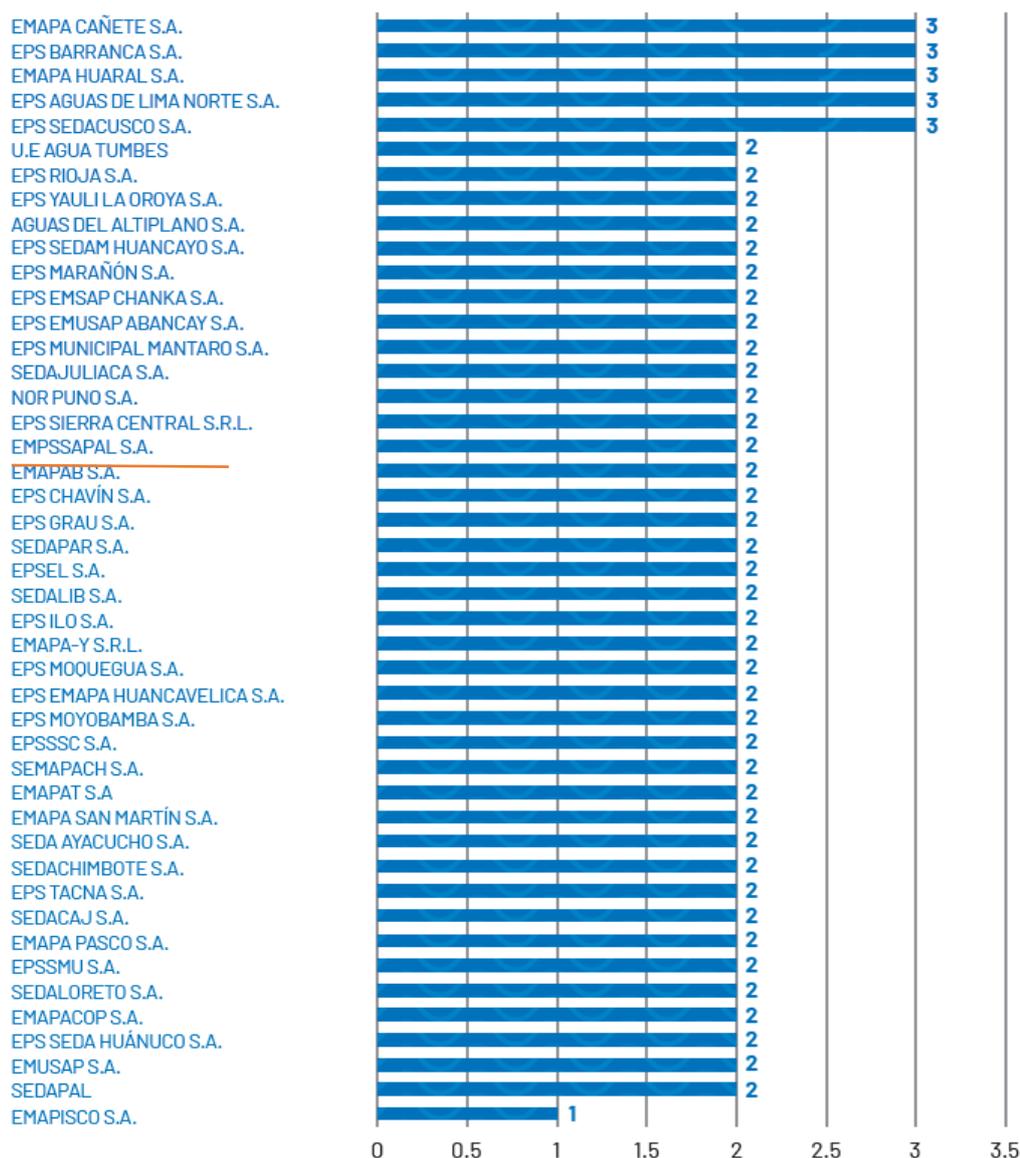


Nota. Dirección de Fiscalización y Dirección de Ámbito de la Prestación Sunass
2021

En el marco de la supervisión de la atención virtual al usuario durante el Estado de Emergencia por COVID-19, se llevaron a cabo 94 supervisiones en el año 2021. Estas supervisiones verificaron la adhesión a las normativas dictadas en las Resoluciones del Consejo Directivo N° 012 y 018-2020-SUNASS-CD, relacionadas con la gestión virtual de solicitudes y reclamaciones de resolución de problemas. En el gráfico N° 4 se puede observar que la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. registró el mayor número de reportes de incumplimientos. A continuación, se presenta el ranking a nivel nacional de las empresas que no cumplieron con las normativas, destacándose aquellas con más incidencias reportadas.

Figura 4

Cantidad de informes aspecto de atención al cliente - virtual



Nota. Dirección de Fiscalización y Dirección de Ámbito de la Prestación Sunass
2021

De lo indicado se puede observar que el número de incumplimientos crece año a año con relación a la calidad de servicio comercial que brindan las EPS y la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. y su Unidad Operativa Satipo no es ajena a ella.

A lo largo del año 2021, la Sunass intensificó las iniciativas del programa ¡Participa, vecino! en el ámbito de la participación ciudadana. Mediante este programa, las Oficinas de Atención al Usuario (OAU) y Oficinas Desconcentradas de Servicios

(ODS) las implementaron una serie de charlas, talleres y micro audiencias. El objetivo principal fue proporcionar un espacio para escuchar, interactuar y desarrollar soluciones conjuntas a los problemas generales relacionados con el servicio de alcantarillado y agua potable que no habían sido resueltos adecuadamente por el operador del servicio. Estas actividades se llevaron a cabo de forma virtual, beneficiando a más de 138,000 familias. El programa ¡Participa, vecino! incluyó tres clases de actividades: charlas, talleres y micro audiencias, y desde enero hasta diciembre de 2021, logró atraer a 22,451 ciudadanos unidos para enfrentar la demanda de información sobre saneamiento, la baja presión y/o escasez de agua potable, así como problemas en el tratamiento y monitoreo del agua. Los principales problemas abordados se ilustran en el gráfico siguiente.

Figura 5

Problemas frecuentes por tipos identificados en las microaudiencias

PROBLEMAS FRECUENTES:	Nº	%
DE TIPO OPERATIVO:		
Falta de agua potable y/o baja presión	56	21.71%
Deficiente tratamiento y monitoreo del agua	54	20.93%
Baja continuidad del servicio de agua potable	32	12.40%
Aniego o atoro por rotura de tubería de desagüe	17	6.59%
Cortes frecuentes del servicio	14	5.43%
Diferente horario de abastecimiento del servicio	10	3.88%
Falta de acceso al servicio	10	3.88%
Obra de saneamiento inconclusa	8	3.10%
Falta de mantenimiento de sistema de agua potable o desagüe	7	2.71%
Aniego o atoro por rotura de tubería de agua potable	6	2.33%
Colapso de sistema de alcantarillado	6	2.33%
Presencia de aire en redes de agua potable	5	1.94%
Otros	33	12.79%
Total	258	100%
DE TIPO COMERCIAL:		
Alta morosidad	17	35.42%
Información sobre cuota familiar	8	16.67%
Facturación elevada	6	12.50%
Desconocimiento del procedimiento de reclamos	5	10.42%
Otros	12	25%
Total	48	100%
DE TIPO GENERAL:		
Falta de formalización del prestador	7	16.67%
Deficiente administración, prestación y calidad del servicio por el prestador	6	14.29%
Desconocimiento de las funciones de la Sunass y otros prestadores	5	11.90%
Deficiente conocimiento sobre deberes y derechos de los usuarios	5	11.90%
Otros	19	45.24%
Total	42	100%
Total General	348	

Nota. Problemas frecuentes empresas prestadoras de servicio de saneamiento

La EPS de Saneamiento Selva Central S.A., conocida como EPS Selva Central S.A., opera dentro de las Provincias de Chanchamayo y Satipo en la Región Junín, así como en la Provincia de Oxapampa en la Región Pasco. Esta empresa se encuentra estructurada como una sociedad anónima de derecho privado, conforme a la Ley N° 26338, Ley General de Servicios de Saneamiento, y está registrada en el Registro de Sociedades Mercantiles de la Oficina Registral de la ciudad de La Merced, donde también se encuentra su sede administrativa central. Como Empresa Municipal, la

gestión de EPS Selva Central S.A. se rige por las normas establecidas en su Estatuto Social, el Decreto Legislativo N° 601 y, en lo aplicable, por la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972.

En relación con la Unidad Operativa Satipo de EPS Selva Central, se ha observado cierto descuido en sus funciones principales, que consisten en impulsar el desarrollo empresarial y la gestión comercial. Es esencial que esta unidad enfoque sus actividades y esfuerzos en revitalizar y estructurar los departamentos de Control de Pérdidas Aparentes y Catastro de Clientes, Facturación y Medición, Atención al Cliente y Cobranzas.

Además, para ofrecer un servicio eficiente en Satipo, no solo es necesario contar con la infraestructura y el equipamiento adecuados, sino también asegurar comunicaciones efectivas, mantener niveles de seguridad estandarizados, disponer de un equipo directivo incentivado y tener una fuerza laboral suficientemente capacitada. En este sentido, se pueden identificar deficiencias en los cinco principios fundamentales reconocidos universalmente que son indispensables para la eficacia operativa de la unidad.

Calidad de Servicio: En los días de mayor actividad, como los de cobranza y reclamos, la oficina comercial de la Gerencia Comercial en Satipo experimenta altos grados de saturación y congestión. Este fenómeno afecta la calidad del servicio ofrecido a los usuarios.

Rapidez: El sistema comercial carece de módulos implementados para la atención al cliente que facilitarían la optimización de los tiempos de atención. Esta falta de herramientas adecuadas retrasa el proceso y afecta la eficiencia.

Seguridad: La ausencia de sistemas georreferenciados para las instalaciones impide un consumo eficiente del agua potable, facilitando así mermas, pérdidas o robos, además de poner en riesgo la integridad física de las instalaciones sanitarias.

Economía: Para cumplir óptimamente con los principios básicos mencionados, es crucial que se realicen a costos asequibles, tanto para la entidad como para los usuarios. Este equilibrio es fundamental para mantener la sostenibilidad financiera y operativa.

Flexibilidad: La ausencia de implementación de equipos informáticos y la falta de capacitación del personal en la Unidad Operativa Satipo limitan la habilidad de adaptación a los avances tecnológicos y cambios empresariales necesarios para mejorar la prestación del servicio.

Es fundamental destacar que la Unidad Operativa Satipo de la EPS Selva Central S.A. enfrenta desafíos significativos, tal como se mencionó anteriormente. Estas dificultades impiden que la unidad proporcione a sus clientes un suministro continuo y servicios complementarios de alta calidad, confiabilidad y oportunidad. Este fallo en el servicio afecta negativamente al desarrollo sostenible de la comunidad y del entorno natural. La misión principal de esta unidad es asegurar la eficacia de sus operaciones y actividades comerciales, contribuyendo así a la competitividad empresarial. Esto debe realizarse bajo criterios de eficiencia económica y una sólida posición en el mercado.

En tal sentido, resulta crucial llevar a cabo un estudio detallado sobre la gestión comercial, examinando el cumplimiento de diversos aspectos clave como la atención al cliente, cobranza y calidad en la facturación, y cómo estos se relacionan con la competitividad empresarial. El propósito de este análisis es reconocer oportunidades de mejora que se evaluarán a través de dos dimensiones fundamentales dentro de la empresa: la eficiencia y la posición en el mercado.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Delimitación Espacial

Esta investigación se llevará a cabo exclusivamente en la zona urbana de la localidad de Satipo, donde la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. (EPSSSC S.A.) tiene la responsabilidad de la cobertura del servicio.

1.2.2. Delimitación Temporal

La investigación se enmarca dentro del periodo correspondiente al presente año 2023. Esta delimitación temporal implica que todos los datos recopilados, análisis realizados y conclusiones obtenidas se basan en la información y eventos ocurridos durante este año. Además, cualquier referencia a tendencias, cambios o impactos considera únicamente el contexto temporal de 2023, lo cual proporciona una visión actualizada y relevante para la evaluación y los objetivos del estudio.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

El desafío radica en determinar cómo se relacionan los conceptos y temas asociados a la gestión comercial con la competitividad empresarial en la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. durante el período de estudio. La empresa, encargada de proporcionar servicios de saneamiento y agua potable, realiza sus actividades utilizando recursos de manera correcta y eficiente en operación, mantenimiento y gestiones comerciales. Estos servicios se ofrecen de manera exclusiva en la cobertura del ámbito urbano de la localidad de Satipo.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Comercial y la Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?
- ¿Cuál es la relación que existe entre Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Justificación Social

La investigación tiene como propósito identificar el malestar de los usuarios y/o clientes habitantes de la población urbana en la prestación del servicio de saneamiento como es la excesiva facturación, deficiente de la cobranza y la deficiente atención al cliente; aspectos relacionados a la gestión comercial que se relacionan directamente en la Competitividad Empresarial de la Unidad Operativa Satipo de la EPS Selva Central S.A; la investigación recomendará acciones que permitan superar las deficiencias encontradas en la

prestación del servicio de agua y saneamiento que beneficiará de seguro a la población.

1.4.2. Justificación Teórica

Esta investigación como resultados del análisis del comportamiento de las variables de la gestión comercial y la competitividad empresarial, permitirá describir los resultados y determinar el grado y/o nivel de las correlaciones válidas y confiables respecto a las variables de estudio; gestión comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

1.4.3. Justificación Metodológica

La metodología que se empleará en esta investigación es la observación investigativa, reconocida universalmente como un instrumento fundamental para el investigador científico. Este enfoque nos permite entender la realidad mediante la observación directa de los objetos y fenómenos que se analizan. En este contexto, procederemos a describir e interpretar cada una de las variables y dimensiones de esta pesquisa. Además, para medir el grado de fuerza y/o asociación entre ellas, utilizaremos el análisis de Correlación de Spearman.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
- Determinar la relación que existe entre Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
- Determinar la relación que existe entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Antecedentes Nacionales

(Since Rafaele, 2021) en la tesis de título profesional “La gestión comercial y su influencia en la competitividad empresarial de las micro empresas del rubro de ferretería en el Distrito de Challhuahuacho del año 2018”, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay, Perú, se abordó la problemática de las deficiencias e ineffectividad en las estrategias de publicidad de las microempresas de ferretería en la región de Apurímac. El objetivo principal de la investigación fue determinar el nivel de asociación de la gestión comercial en la competitividad empresarial de estas microempresas durante el año mencionado. Este estudio se clasifica como básico y explicativo en cuanto al nivel de investigación. Se realizó un análisis para evaluar cómo la gestión comercial impacta en la competitividad empresarial, utilizando un diseño de investigación no experimental transeccional. Las unidades de medición incluyeron la gestión de clientes, la gestión de marketing, la gestión de ventas y la planificación comercial, todas evaluadas en términos de su impacto en la competitividad empresarial a través de encuestas. Los resultados concluyeron que se presencia un elevado grado de impacto de la gestión comercial en la competitividad de las microempresas ferreteras en el Distrito de Challhuahuacho.

(Llontop Chapoñan, 2018) en la tesis de título profesional “Indicadores de gestión comercial y su influencia en la competitividad de la industria comercializadora de repuestos automotriz Chiclayo, 2018”, Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú, se examinan los desafíos que enfrenta la industria de repuestos automotrices debido a la gestión en un entorno altamente competitivo. La tesis explora cómo estos problemas afectan la habilidad de la empresa para desarrollar tácticas competitivas efectivas, con

el fin de expandir su mercado en el marco nacional, manteniendo la calidad y servicio que demandan los clientes. El objetivo establecido fue establecer el impacto de los indicadores de gestión comercial en la competitividad de esta industria en Chiclayo en el año 2017. El estudio, de enfoque cuantitativo y descriptivo, analizó los indicadores de gestión comercial en la provincia, utilizando la técnica de las encuestas. Los hallazgos evidenciaron que se nota una gestión comercial considerable en las empresas investigadas, con un margen positivo de 42.5%, y que estos indicadores influyen en un 38.8% en las ventas del sector automotriz de Chiclayo. Con base en estos hallazgos, se propuso la ejecución de un planeamiento estratégico para mejorar el estado actual del sector automotriz en la región.

(Céspedes Ipanaque & Risco Ramos, 2022) en la tesis de título profesional "La Gestión Estratégica y su Relación con la Competitividad en la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. de Talara, Satipo - 2022", Universidad César Vallejo, Piura, Perú, se investiga por qué la corporación K&D Servicios Generales S.R.L. no logra una adecuada posición en el mercado. Se identifican como causas principales las deficiencias en la calidad de repuestos, insumos y materiales que utiliza, junto con una baja rentabilidad durante la pandemia de COVID-19, lo cual repercute directamente en la estabilidad económica de la compañía. Además, se menciona la ausencia de una estrategia planificada para el desarrollo continuo y el monitoreo de ingresos. El objetivo de la investigación fue evaluar cómo la gestión estratégica se relaciona con la competitividad de la empresa mencionada en el año 2022. El estudio, de enfoque cuantitativo y nivel aplicado, empleó cuestionarios y guías de entrevistas como instrumentos de recopilación de información. Los resultados indicaron que se presencia una asociación moderada entre la competitividad y la gestión estratégica, con un índice menor a 0.808. Esto sugiere que un nivel óptimo de gestión estratégica

conduce a una competitividad exitosa. Por lo tanto, es crucial que la empresa actualice y reformule sus estrategias, visión, misión y objetivos para alinearlos con la productividad y adaptarlos a los factores económicos y al crecimiento del mercado, a fin de mejorar su competitividad.

(Gálvez Vargas, 2021) en la tesis de título profesional "Propuesta de gestión comercial para mejorar la competitividad de las bodegas tradicionales en el distrito de José Leonardo Ortiz 2020", Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, se aborda la problemática de la alta informalidad en la provincia de Chiclayo. Esta informalidad genera fragilidad en los negocios debido a factores como el caos, desorden, inseguridad y la falta de estándares amigables con el medio ambiente. El objetivo de la investigación fue desarrollar un modelo de gestión comercial que evalúe aspectos internos como la gestión de personas, finanzas y contabilidad, marketing y mercadeo, administración operativa y planificación comercial, con el fin de elevar la competitividad de las bodegas tradicionales de José Leonardo Ortiz en el año 2020. El estudio, de diseño cualitativo no experimental y nivel descriptivo, recopiló datos mediante la aplicación de una encuesta basada en un cuestionario con formato de escala de Likert. Los resultados revelaron que la gestión comercial de las bodegas tradicionales de José Leonardo Ortiz en 2020 se considera de nivel bajo o muy bajo, con una percepción negativa del 75% en términos de incidencia. Además, se constató que todas las dimensiones analizadas en la gestión comercial presentan niveles bajos. Similarmente, en la variable de competitividad, se encontró que el 78% de los negocios no son competitivos y que todas las dimensiones evaluadas mostraron niveles muy bajos de competitividad.

(Salinas Reyes, 2020) en la tesis de título profesional "Gestión comercial y su influencia en la competitividad de la empresa radiadores rojas S.A.C., Lima 2019",

Universidad Privada del Norte, Lima, Perú, se explora la competitividad de la compañía Radiadores Rojas S.A.C. Esta empresa está situada en el Distrito de Los Olivos, una zona con alta afluencia y gran actividad comercial, lo que resulta en una elevada competitividad debido a la presencia de numerosas empresas que han establecido puntos de venta en la zona. Ante este escenario, Radiadores Rojas S.A.C. enfrenta el desafío de actualizar sus estrategias de gestión y ventas para mantener su competitividad y evitar la pérdida de clientes o su posible desaparición. El objetivo de esta investigación fue establecer cómo la gestión comercial afecta la competitividad de Radiadores Rojas S.A.C. en el año 2019. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación explicativo y un diseño no experimental de corte transversal, utilizando encuestas como técnica de recolección de datos. Se concluyó que la gestión comercial tiene una influencia positiva en la competitividad de la empresa Radiadores Rojas S.A.C.

(Reyes Vera, 2018) en la tesis de título profesional “Análisis de la gestión comercial de la empresa pública municipal de agua potable y alcantarillado del Cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas”, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Esmeraldas, Ecuador, se examina la gestión de una empresa pública municipal relativamente nueva. Esta empresa heredó responsabilidades de la anterior entidad municipal encargada del agua potable, sin enfrentar exigencias claras de transparencia por parte de los actores locales respecto a sus operaciones y prácticas, incluyendo tarifas, cortes de servicio, categorización de clientes, entre otros. El objetivo de la investigación fue analizar la gestión comercial de la municipalidad mencionada. La metodología aplicada fue cualitativa, con un nivel descriptivo y utilizando la observación como técnica principal. Los resultados mostraron que la gestión comercial en el área evaluada registra bajos niveles de recaudación, una

cartera vencida en aumento y tarifas desactualizadas, que no han sido revisadas, estratificadas ni socializadas adecuadamente. Además, se señaló que la empresa dispone de poca tecnología para la automatización y conexión entre las unidades operativas y administrativas correspondientes.

(Barreto Cruz, 2018) en la tesis de título profesional “Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018”, Universidad César Vallejo, Lima, Perú, se explora la problemática que enfrentan las mypes textiles en Perú, donde muchas sufren desventajas competitivas debido a una gestión que puede ser poco profesional o incluso informal. Esto se debe, en gran parte, a la carencia de información sobre la utilización eficiente de varias herramientas de administración empresarial, lo que puede afectar negativamente la eficiencia y eficacia de estas empresas en el sector. La finalidad del estudio fue establecer la conexión entre el nivel de competitividad empresarial y la calidad de la gestión empresarial, así como la relación entre las dimensiones de control, dirección, organización y planificación con el nivel de competitividad. El estudio fue de tipo aplicado, de nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental de corte transversal. La recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas, utilizando un cuestionario como instrumento. Se concluyó que se presenta una asociación notable entre el nivel de competitividad y la calidad de gestión empresarial en las mypes textiles del Emporio Comercial mencionado.

(Ari Vilca, 2018) en la tesis de título profesional “Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2018”, Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú, se analiza la problemática del crecimiento lento que afecta a las micro y pequeñas empresas, las cuales son importantes fuentes de ingreso en nuestro país. El objetivo

específico de la pesquisa fue identificar la conexión existente entre la competitividad y la gestión empresarial en las micro y pequeñas empresas del mercado mencionado. Esta investigación, de carácter cuantitativo, adoptó un diseño no experimental de tipo correlacional y utilizó la técnica de la encuesta para la recolección de datos. Los hallazgos mostraron una asociación notable de 0.420 entre la competitividad y la gestión empresarial de estas empresas.

2.2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.2.1. Gestión Comercial

(Paredes, 2014), Se entiende que la gestión de ventas es fundamental dentro de la mercadotecnia, puesto que se considera las ventas como la base para todo negocio, ya que sin estas no se podría constituir en sí ninguna empresa. Entonces, cuando dicha gestión es eficiente, toda marcha a favor; por ejemplo, los colaboradores de la empresa realizarán sus acciones orientadas a una meta que cumplir.

Tanto las ventas, como la gestión de las mismas, implican una relación personal. El trabajo del gerente de la empresa radica en elevar el número de ventas al máximo tomando en cuenta el costo, y también busca alcanzar más utilidades y es quien toma las decisiones en la entidad.

Las decisiones sobre las ventas, mencionadas en el anterior párrafo, son determinantes para predecir el futuro de la empresa, ya que según estas se realicen, tendrán mayor o menor ingreso.

(Paredes, 2014) Refiere que la gestión comercial es un área funcional de la gestión que se desarrolla en toda entidad e implica el desarrollo de las siguientes actividades:

- a. El análisis de los factores externos y de las posibilidades de la misma empresa para lograr las ventas previstas, con el objetivo de identificar FODA, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- b. Planificación, organización y manejo de las acciones que se realicen en el ámbito comercial y publicitario, detallando las definiciones de las estrategias de comercio y normas de los procedimientos.
- c. Descripción de la relación que se tendrá entre cliente y empresa, específicamente sobre cómo recaudaran los fondos, que servicios adicionales ofrecen, incluso después de la venta y atención de reclamos, con el objetivo de mantener al cliente dentro de la cartera de usuarios.
- d. La gestión de la fuerza de ventas, propiamente dicha, que comprende el tamaño y estructura de ventas.

Por lo tanto, la gestión comercial se define como la actividad de realizar ventas, lo que consiste en dar a otro un bien o servicio a cambio de una retribución monetaria.

Por otro lado, las ventas tienen una estrecha relación con el marketing, el primero consiste dar un producto que la entidad ofrece; mientras que el marketing consiste en lograr que la empresa u organización cuente con lo que el cliente quiere, por lo que evalúa constantemente sobre lo que el cliente o usuario necesita y desea.

(Paredes, 2014), refiere que la estructuración de la fuerza de las ventas generará un efecto en la calidad de comunicación que tendrá la organización con sus usuarios.

Dada la diversidad de empresas u organizaciones, existen distintos enfoques para cada realidad que afronta la empresa y sus clientes, por lo que es necesario nivelar la

organización de la empresa y el tipo de comunicación que requiere. La organización de la estructura de ventas, puede realizarse según:

Especialización territorial, consiste en asignar a cada zona un vendedor encargado de brindar atención a los de dicha área; este tipo de especialización es útil siempre y cuando la empresa ofrezca pocos bienes, y estos no son técnicos un relacionados. Entre los beneficios que trae, está la posibilidad de realizar una evaluación de costos y la facilidad para realizar modificaciones; también, al tener un trato directo con el cliente, es posible realizar relaciones a largo plazo.

Otra especialización, es la del producto, consiste en la venta de otros productos de fuera del territorio, a los mismos clientes. Los beneficios de esta, es que los vendedores se vuelven expertos conocedores sobre aquello que venden; sin embargo, si los productos que ofrece la empresa están relacionados entre sí, puede generar confusión en los clientes, cada que reciban la visita de los vendedores de una misma organización; además, es una desventaja el costo que se requiere invertir.

De modo similar, existe la especialización de tareas, característico de grandes empresas; donde, mientras otros desarrollan las ventas, un grupo menor realiza nuevas cuentas, que son transferidas al vendedor de la nueva localidad donde se realizó la cuenta. Entre los beneficios de esta especialización, es la diferencia entre la comunicación que se requiere para Determinar nuevas cuentas y para mantenerlas.

Por último la especialización de mercado meta, reside en que la fuerza de ventas se clasifica según el mercado meta, teniendo como resultado que un vendedor atiende específicamente a un grupo. Esta, es útil cuando el bien o servicio que se ofrece es complejo y técnico, cuya característica es la variabilidad de sus usos según sea el mercado meta.

Según (Alfredo Dammert, 2010), la gestión comercial tiene en cuenta la forma en que el cliente es atendido, el precio a pagar y medios de atención de cobranza.

El primero se refiere a la atención al cliente, y esta se mide según los indicadores de calidad que van en función a cómo atendieron lo que los usuarios solicitaban, el tiempo en que demoran en atender y cómo son tratados.

El segundo aspecto, consiste en que las facturas emitidas sean entendibles y sin errores, debe especificar toda la información que los usuarios requieran y fundamentarse en lecturas reales.

Por último, los medios de atención de la cobranza, no debe presentar duplicidad en los pagos y medios disponibles de atención como ventanillas como otros factores a tomar en cuenta.

2.2.1.1. Atención al Cliente

Según Moreno (2018), es un proceso diseñado para construir una relación sólida con el consumidor mediante diversas técnicas que buscan cubrir sus necesidades o requerimientos en relación con un producto o servicio. Es importante aclarar que el servicio al cliente comienza cuando el consumidor se vincula con una empresa que le vende un producto o le proporciona un servicio. En este contexto, al iniciarse una relación comercial, se espera que la empresa atienda las necesidades del cliente. El objetivo es asegurar que los usuarios regresen a la empresa con mayor frecuencia y con una clara intención de compra, fortaleciendo así la lealtad del cliente y fomentando un vínculo de confianza y satisfacción mutua.

Es comprensible que, tras el primer contacto e intercambio, el cliente se convierta en un portavoz de la empresa al evaluar su experiencia. Este juicio, ya sea de aprobación o rechazo, será el resultado de la percepción que haya tenido al retirarse

de las instalaciones de la organización. Por lo tanto, la decisión de regresar y la comunicación positiva o negativa que realice influirán significativamente en la captación de nuevos clientes. Además, este proceso de evaluación no solo afecta la decisión del cliente de regresar, sino que también impacta la reputación de la empresa y cómo los nuevos clientes potenciales perciben la calidad del servicio ofrecido (Moreno, 2018).

(Moreno, 2018) La calidad del servicio debe entenderse y expresarse en función de las necesidades y expectativas de los consumidores, medida a través de sus reacciones en cuanto a actitudes e intenciones de compra. Es fundamental definir cómo se realizarán las acciones a partir de lo que el usuario quiere o desea. Este enfoque permite ajustar y mejorar continuamente la calidad del servicio, asegurando que se satisfagan las expectativas de los usuarios. Para más detalles, consulte la figura y lea el siguiente texto:

Figura 6

Elementos necesarios para la calidad de atención al cliente

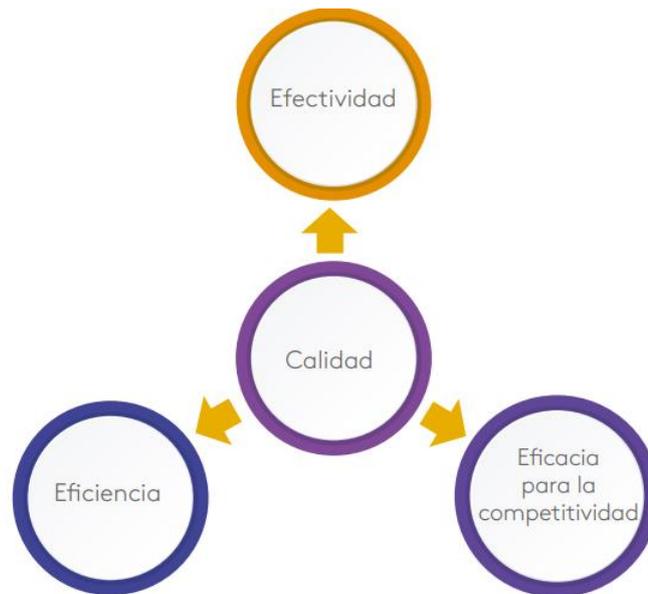


Nota. Fundamentos de servicio al cliente

Cuando se aborda el tema del servicio al cliente, se considera la calidad bajo tres ejes, tal como se ilustra en el esquema presentado a continuación:

Figura 7

Elementos necesarios para la calidad de atención al cliente



Nota. Fundamentos de servicio al cliente

La manera en que nos relacionamos con nuestros clientes es fundamental para ofrecer una experiencia del cliente superior, que consiste en ofrecer un servicio o producto de alta calidad y cumplir con sus expectativas. Esto implica no solo satisfacer sus necesidades básicas, sino también anticiparse a sus deseos y superar sus expectativas. En este contexto, estableceremos los siguientes indicadores para abordar las interrogantes planteadas en el presente estudio y evaluar con precisión la efectividad de nuestras interacciones y la satisfacción del usuario.

- Aspectos generales de la atención al usuario.
- Nivel de información al usuario.
- Información mínima contenida en los recibos de electricidad.

2.2.1.2. Cobranza

(Guevara, 2017) Define la cobranza como la acción de recuperar lo que se ha invertido y más, tras la prestación de un bien o servicio por el cual se tiene que pagar y es notificado a través de un documento útil para cancelarlo en establecimientos indicados.

La cobranza “es un procedimiento a través del cual se hace efectiva la recepción de valores correspondientes a pagos por compras, liquidación de deudas o servicios prestados, etcétera” (Definicion abc, 2007-2018). Para llevar a cabo la cobranza dentro de la propia empresa, es esencial contar con un área dedicada específicamente a esta tarea. Es fundamental capacitar al personal, proporcionarle herramientas tecnológicas adecuadas para alcanzar sus objetivos y contratar individuos con las cualidades necesarias para desempeñar el cargo asignado. Dado que estas personas se encargan del trato directo con los clientes, deben poseer un profundo conocimiento del servicio que ofrece la empresa y habilidades interpersonales para gestionar eficazmente las interacciones. Adicionalmente, deben estar actualizados con las mejores prácticas y tendencias en cobranza para optimizar los resultados y mantener una relación positiva con los clientes.

En las empresas de servicios de saneamiento, una vez que se han entregado los recibos de consumo de agua a cada usuario en sus domicilios, se pone a disposición de los usuarios diversos puntos de recepción para el pago de los importes reflejados en los recibos. Estos puntos de pago pueden estar ubicados en las oficinas comerciales de la empresa o en otras entidades financieras autorizadas para efectuar la recaudación. Además, el proceso debe incluir el registro de detalles como la hora, la fecha y la transacción comercial. El proceso comprende lo siguiente:

- Facilitar la disponibilidad de distintos puntos de pago, a favor del usuario, pues evita la movilización innecesaria.
- Efectuar cobros de manera rápida, a fin de prevenir la dilatación del tiempo.
- Realizar registros de fecha y hora real, para disminuir la probabilidad de errores en cuanto a la facturación de intereses o cortes de servicio.
- Impedir que se realice doble pago con un mismo recibo

- Respetar las horas de atención fijadas para el público
- Cumplir con los horarios difundidos.
- Cortes y reconexiones de servicios.
- • Reparación de postes.
- • Alquiler de equipos.
- • Cambio de razón social, modificación de tarifa, y emisión de duplicados de recibos.
- • Instalación de servicios.
- • Comercialización de medidores.

Entonces, se entiende por gestión de cobranzas como el conjunto de acciones y estrategias que realiza una entidad con el objetivo de cobrar las deudas que registre. Para que esta sea efectiva, se considera la relación con el usuario, que implica el contacto e intercambio de información, así como el contexto en el que se desarrolla el negocio. Lo anterior, genera la producción de datos relevantes que requieren de una administración de inmediata para así lograr una gestión eficaz. (Guevara, 2017).

En tal sentido determinaremos los siguientes indicadores para responder a las preguntas en el presente estudio:

- Aspectos generales del proceso de cobranza.
- Variación en el tiempo de atención.

2.2.1.3. Facturación

La facturación se relaciona con la estructura tarifaria, definida como la tarifa o conjunto de tarifas que determinan el monto a cobrar al usuario. Esta estructura tarifaria permite recuperar los costos asociados con la prestación de servicios de agua potable y alcantarillado, contribuyendo a los objetivos de equidad y servicio universal en la sociedad. Es importante destacar que la

estructura tarifaria también incluye asignaciones de consumo para aquellos usuarios cuyas conexiones no cuentan con medidor, garantizando así una distribución equitativa de los costos entre todos los usuarios. Esta metodología asegura que incluso aquellos sin medidores contribuyan adecuadamente al mantenimiento y mejora del servicio.

Mediante la Resolución de Consejo Directivo N° 004-2016-SUNASS-CD (RCD N° 004), se aprobó las metas de gestión, la estructura tarifaria y la fórmula tarifaria de la EPS Selva Central S.A. para el período regulatorio 2016-2021. Esta resolución dispuso aumentos tarifarios base para el primer y tercer año del quinquenio, sujetos al cumplimiento de ciertas metas de gestión. Además, se aprobaron incrementos tarifarios adicionales, también sujetos a estos logros. Asimismo, la resolución fijó un cargo fijo de S/ 1,72, asegurando una base estable para la recuperación de costos operativos. Esta estructura tarifaria buscaba garantizar la sostenibilidad financiera de la EPS, promoviendo al mismo tiempo la eficiencia y la mejora continua en la prestación de servicios.

A continuación, se presentan en los siguientes cuadros las estructuras tarifarias vigentes de la EPS Selva Central S.A. al 22 de diciembre de 2022 en Satipo.

Tabla 1

Estructura tarifaria de La Merced

Clase	Categoría	Rango	Tarifa Agua ⁵² S/ /m ³	Tarifa Alcantarillado ⁵³ S/ / m ³	Cargo Fijo ⁵⁴ S/ / mes	Asignación de Consumo (m ³ /mes)
Residencial	Social	0 a más	0,704	0,187	2,23	10
		0 a 8	0,704	0,187		
	Doméstica	8 a 20	1,049	0,279		19
		20 a más	1,418	0,378		
No Residencial	Comercial y otros	0 a 30	1,418	0,378		30
		30 a más	1,779	0,474		
	Industrial	0 a más	1,779	0,474		50
		Estatal	0 a más	1,418		0,378

Nota. Dirección de Regulación Tarifaria (DRT) – SUNASS

Tabla 2

Estructura tarifaria de Villa Rica y Oxapampa

Clase	Categoría	Rango	Tarifa Agua ⁵⁵ S/ /m ³	Tarifa Alcantarillado ⁵⁶ S/ / m ³	Cargo Fijo ⁵⁷ S/ / mes	Asignación de Consumo (m ³ /mes)
Residencial	Social	0 a más	0,404	0,113	2,23	10
		0 a 8	0,404	0,113		
	Doméstica	8 a 20	0,607	0,174		20
		20 a más	0,846	0,240		
No Residencial	Comercial y otros	0 a más	0,846	0,240		25
		Industrial	0 a más	0,846		0,240
	Estatal	0 a más	0,846	0,240		25

Nota. Dirección de Regulación Tarifaria (DRT) – SUNASS

Tabla 3

Estructura tarifaria de Satipo

Clase	Categoría	Rango	Tarifa Agua ⁵⁸ S/ /m ³	Tarifa Alcantarillado ⁵⁹ S/ / m ³	Cargo Fijo ⁶⁰ S/ / mes	Asignación de Consumo (m ³ /mes)
Residencial	Social	0 a más	0,341	0,097	2,23	10
		0 a 8	0,341	0,097		
	Doméstica	8 a 20	0,499	0,139		19
		20 a más	0,809	0,225		
No Residencial	Comercial y otros	0 a 30	1,001	0,278		30
		30 a más	1,354	0,378		
	Industrial	0 a más	1,354	0,378		50
		Estatal	0 a más	0,809		0,225

Nota. Dirección de Regulación Tarifaria (DRT) – SUNASS

Tabla 4

Estructura tarifaria de Pichanaqui y Sangani

Clase	Categoría	Rango	Tarifa Agua ⁶¹ S/ /m ³	Tarifa Alcantarillado ⁶² S/ / m ³	Cargo Fijo ⁶³ S/ / mes	Asignación de Consumo (m ³ /mes)	
Residencial	Social	0 a más	0,560	0,138	2,23	10	
	Doméstica	0 a 8	0,560	0,138			
		8 a 20	0,842	0,209			
		20 a más	1,110	0,274			
No Residencial	Comercial y otros	0 a 30	1,110	0,274			25
		30 a más	1,366	0,338			
	Industrial	0 a más	1,366	0,338			45
	Estatal	0 a más	1,110	0,274			25

Nota. Dirección de Regulación Tarifaria (DRT) – SUNASS

Tabla 5

Estructura tarifaria de San Ramon

Clase	Categoría	Rango	Tarifa Agua ⁶⁴ S/ /m ³	Tarifa Alcantarillado ⁶⁵ S/ / m ³	Cargo Fijo ⁶⁶ S/ / mes	Asignación de Consumo (m ³ /mes)	
Residencial	Social	0 a más	0,187	0,047	2,23	10	
	Doméstica	0 a 8	0,187	0,047			
		8 a 20	0,404	0,103			
		20 a más	0,549	0,139			
No Residencial	Comercial y otros	0 a 30	0,549	0,139			25
		30 a más	0,670	0,172			
	Industrial	0 a más	0,670	0,172			45
	Estatal	0 a más	0,549	0,139			25

Nota. Dirección de Regulación Tarifaria (DRT) – SUNASS

CARGO FIJO

El cargo fijo es el aquel que está vinculado a las actividades de lectura del medidor, el proceso y emisión del recibo, su entrega y cobranza, es decir, aun cuando no ha existido consumo de energía, se emite el recibo.

La tarifa fija se vincula con los costes constantes eficientes, los cuales no varían según el consumo, sino que están relacionados con los gastos originados por la lectura de medidores, emisión de facturas, registro comercial y recaudación de las conexiones activas. Adicionalmente, esta tarifa también abarca otros desembolsos operacionales esenciales para sostener la infraestructura del servicio.

Además, conforme a lo dispuesto en el Reglamento General de Tarifas de los Servicios de Saneamiento ofrecidos por Empresas Prestadoras, la cantidad del cargo fijo no debe superar el diez por ciento (10%) de la media mensual de los ingresos producidos por los servicios de saneamiento durante los últimos doce meses. Esta regulación asegura que los costos fijos se mantengan dentro de un límite razonable para los usuarios, promoviendo la sostenibilidad financiera y la equidad del sistema de saneamiento.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se determina que la tarifa fija mensual para los usuarios de todas las categorías permanecerá en S/ 2,3 por factura generada durante el primer año regulatorio. Este valor no contempla el Impuesto General a las Ventas ni el Impuesto de Promoción Municipal, lo cual asegura que los usuarios tengan una tarifa clara y transparente. Además, este cargo fijo se aplica uniformemente para garantizar la equidad en la estructura tarifaria entre diferentes categorías de usuarios, contribuyendo a la sostenibilidad financiera del sistema de saneamiento.

En tal sentido determinaremos los siguientes indicadores para responder a las preguntas en el presente estudio relacionado al aspecto de la Facturación:

- Desviación del monto facturado.
- Calidad de la facturación.
- Aspectos generales de la facturación.

2.2.2. Competitividad Empresarial

Según Murillo (2005), la competitividad de una empresa depende de su superioridad en aspectos como los métodos de producción y organización, incluyendo el costo y la calidad del producto final, frente a sus rivales directos. Por consiguiente, una merma en la competitividad podría traducirse en una reducción de las ventas y una disminución de la cuota de mercado, lo que eventualmente podría provocar el cierre de la planta.

La definición inicial de este documento ("la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios") coincide plenamente con el concepto de competitividad empresarial. Esta capacidad competitiva se fundamenta en una mezcla de precio y calidad del producto o servicio ofrecido. En entornos de mercado altamente competitivos, donde numerosos productores carecen de capacidad para influir en los precios, aquellos proveedores cuyos precios sean iguales o inferiores a los de sus competidores mantendrán su competitividad. Adicionalmente, la eficiencia en los procesos de producción es esencial para mantener una posición competitiva. Por otro lado, las empresas que han logrado una reputación de alta calidad pueden distinguirse y sostener su posición en el mercado, incluso con precios superiores.

Según los postulados de los autores sobre competitividad, y específicamente desde una perspectiva sistémica, el siguiente diagrama presenta los elementos que deben considerarse en cada uno de los niveles: meta, macro, meso y micro. Estos niveles consolidan los factores que influyen en la competitividad de manera integral. Los elementos del diagrama reflejan la importancia de cada nivel en el análisis de la competitividad.



Este método refleja un proceso de creación colaborativa, dentro del cual se distinguen cuatro estratos económicos (Malaver, 1998):

Nivel meta: alude a la competencia del Estado para dirigir y regular, así como a las estructuras de organización social, perspectivas estratégicas y planes de desarrollo que facilitan procesos de aprendizaje y comunicación social, dirigidos hacia un avance tecnológico-industrial competitivo.

Nivel macro: se centra en alcanzar la estabilidad y la eficacia operativa de los mercados, destacando la importancia de la coordinación de políticas macroeconómicas en sectores como el fiscal, monetario, presupuestario, cambiario y de comercio internacional. En este estrato, la unidad de análisis es el país.

Nivel meso: este nivel se concentra en la formulación de políticas destinadas a optimizar el entorno a través del desarrollo de infraestructura institucional y física.

Además, abarca procesos de aprendizaje tecnológico e innovación diseñados para elevar la productividad de los recursos empresariales a nivel regional y local. En este caso, la región constituye la unidad de análisis.

Nivel micro: en este nivel, se pretende que las empresas incrementen su eficiencia mediante la reducción de costes o el aumento de la productividad de los insumos. Se pone especial énfasis en la mejora de la calidad y la flexibilidad, así como en la capacidad de respuesta rápida, a través de cambios significativos como la minimización de los tiempos de producción, la integración de procesos productivos y comerciales, y la reducción del número de proveedores directos. La competitividad en el nivel micro se ve influenciada por la interacción con competidores, servicios auxiliares de producción, clientes y proveedores. La empresa sirve como unidad de análisis en este estrato.

Por lo tanto, el concepto de competitividad sistémica facilita la identificación de prioridades, especialmente cuando se enfoca en fortalecer la localización industrial a nivel regional. Este enfoque permite entender los factores clave para un desarrollo industrial exitoso, resaltando la relevancia de establecer redes de colaboración entre el gobierno, las empresas y las instituciones para crear las condiciones óptimas necesarias para lograr dicho desarrollo.

2.2.2.1. Ventaja Competitiva

La competitividad empresarial en su proceso de selección requiere la distribución adecuada de recursos esenciales para adquirir o mantener una ventaja competitiva. En este marco, la alta dirección desempeña un papel crucial en la administración de la competitividad, ya que esto permite a las organizaciones coordinar sus recursos y habilidades con las amenazas y oportunidades del entorno. Según Hitt y Collins (2007), esta coordinación es clave para lograr una

ventaja competitiva, resultando en eficiencia y una posición robusta en el mercado.

2.2.2.2. Ventaja competitiva como efectividad de la competitividad empresarial.

La ventaja competitiva representa una preeminencia que una empresa ostenta frente a sus rivales (Rodríguez Torres, 2016). Para ser realmente efectiva, una ventaja competitiva debe exhibir características específicas: ser exclusiva, perdurable, ostensiblemente superior a la competencia y versátil en diferentes contextos del mercado.

Los atributos de una empresa que pueden configurar una ventaja competitiva abarcan la orientación hacia el cliente, la calidad excepcional del producto, acuerdos de distribución de larga duración, el valor de marca consolidado y una reputación sólida. Asimismo, ser el productor más económico de bienes y servicios, ofrecer un producto único, o implementar cualquiera de estas estrategias en un nicho de mercado específico, son factores decisivos. La tenencia de patentes y derechos de autor, un monopolio respaldado por el gobierno, y un equipo de profesionales altamente competentes son también elementos significativos.

Elementos vinculados con la posición competitiva engloban la cuota de mercado, el desarrollo de las unidades estratégicas de negocio, la diversidad de la gama de productos, la eficacia de los canales de distribución y ventas, la competitividad en precios, el valor añadido, la reputación, el costo de los insumos, la eficiencia de las campañas promocionales y publicitarias, la ubicación de las instalaciones, la calidad comparativa y la competencia del personal.

Hay dos métodos principales para obtener una ventaja competitiva de manera sostenida: la diferenciación, que se basa en proporcionar un producto que

los consumidores consideren exclusivo, y la estrategia de bajo costo, que involucra mantener costos inferiores en relación con los competidores. Estas tácticas pueden resultar en una elevada eficiencia y establecer una posición destacada en el mercado.

Desde este enfoque, se deduce que un criterio objetivo para medir la competitividad de una empresa es su ventaja competitiva. Esta se evaluará mediante dos indicadores clave: la posición y la eficiencia en el mercado, los cuales se especificarán en el marco conceptual.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Gestión Comercial

Dammert, Alfredo (2010) describe las estrategias óptimas de gestión para los procesos de facturación en la comercialización de energía eléctrica, así como para el servicio al cliente y la recaudación de pagos por el consumo de energía.

2.3.2. Facturación

(Moreno, 2018) la facturación es la valorización del consumo de agua y/o saneamiento a por los clientes en un periodo de un mes, los precios que se utilizan para esta valorización son las tarifas como importes máximos que regula la Sunass según actualizaciones que son públicas a través de su página web.

La facturación también incluye otros conceptos que están relacionados con costos regulados como es el cargo fijo.

2.3.3. Cobranza

(Since Rafaele, 2021) es la recepción monetaria del pago que efectúan los usuarios del servicio de saneamiento y otros conceptos comerciales que hacen posible garantizar el suministro continuo de agua.

La cobranza se realiza en ventanillas que están ubicadas en las oficinas de atención de las empresas de saneamientos, o también en centros autorizados de cobranza.

2.3.4. Atención al cliente

Osinergmin (2008) describe la atención al cliente, también denominada servicio al consumidor, como una estrategia de marketing encargada de crear puntos de interacción con los usuarios mediante diversos canales, con el objetivo de sostener relaciones con ellos antes, durante y después de realizar una venta.

2.3.5. Competitividad Empresarial

Vilca, Ari (2018) afirma que la competitividad empresarial es la habilidad de una empresa para superar a sus competidores en aspectos como posicionamiento, calidad, eficiencia, costos, producción y producto, entre otros; lo que, en última instancia, representa una ventaja para incrementar la rentabilidad del negocio.

2.3.6. Ventaja Competitiva

Murillo (2005) define la ventaja competitiva como una característica que permite a una empresa sobresalir por encima de sus competidores en un sector o negocio específico. Desde el punto de vista de los consumidores, la ventaja competitiva es el factor crucial que influye en su decisión al elegir entre las diversas opciones disponibles en el mercado.

CAPÍTULO III HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

3.2. Hipótesis Específicas

- Existe una relación significativa entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
- Existe una relación significativa entre la Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
- Existe una relación significativa entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

3.3. Variables

Variable 1: Gestión Comercial

- Atención al cliente
- Facturación
- Cobranza

Variable 2: Competitividad Empresarial

- Ventaja Competitiva

CUADRO N° 01: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE N° 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA MEDICIÓN
Gestión Comercial	Se define como las más adecuadas estrategias de gestión utilizadas en las actividades de facturación de la comercialización de la energía eléctrica, actividades de atención a los clientes y cobranza de los recibos por consumo de energía eléctrica.	Variable que mide los aspectos relacionados a la atención al cliente, facturación y cobranza como gestión comercial.	Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	<p>¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?</p> <p>¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?</p> <p>¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?</p> <p>¿Cumplen con los horarios de atención al público?</p> <p>¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?</p>	Ordinal
				Nivel de información al usuario.	<p>¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?</p> <p>¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?</p>	

				<p>¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?</p> <p>¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?</p> <p>¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?</p> <p>¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?</p>
			<p>Información mínima contenida en los recibos de saneamiento</p>	<p>¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?</p> <p>¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?</p> <p>¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?</p> <p>¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?</p> <p>¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?</p> <p>¿En el anverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?</p> <p>¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos</p>

				comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	
		Facturación	Desviación del monto facturado.	<p>¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?</p> <p>¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?</p>	Ordinal
			Calidad de la facturación.	<p>¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?</p> <p>¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?</p>	
			Aspectos generales de la facturación.	<p>¿Se incluye en los recibos de saneamiento para efectos de la aplicación de la normativa, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de saneamiento?</p> <p>¿Se aplica en la facturación un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?</p> <p>¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?</p> <p>¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?</p>	
		Cobranza	Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos de electricidad, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?	Ordinal

VARIABLE N° 2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA MEDICIÓN
				Aspectos generales de la cobranza.	<p>¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?</p> <p>¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?</p> <p>¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?</p>	
Competitividad Empresarial	Es la capacidad que tiene nuestra empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costos, eficiencia, calidad, posicionamiento, etc.; de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable	Variable que mide la ventaja competitiva de la gestión empresarial.	Ventaja Competitiva	Eficiencia	<p>¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?</p> <p>¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?</p> <p>¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?</p> <p>¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?</p>	Ordinal
				Posición en el Mercado	<p>¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?</p> <p>¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del período pasado?</p> <p>¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?</p> <p>¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?</p>	Ordinal

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método general utilizado en esta investigación es el científico, el cual implica la observación directa del objeto de estudio. La observación investigativa se considera la herramienta universal del investigador científico, permitiendo entender la realidad a través de la observación directa de los objetos y fenómenos (Montes, 2014).

Los Métodos Específicos que emplearán en este estudio son:

Método Hipotético Deductivo

Según Ramos (2008), la observación científica, como método, requiere la percepción directa del objeto de estudio. La observación en la investigación se convierte en una herramienta universal del científico, permitiendo entender la realidad mediante la observación directa de objetos y fenómenos. Este procedimiento puede emplearse en diversas etapas de una investigación más amplia: inicialmente, se emplea para diagnosticar el problema que se va a investigar y resulta muy útil en la planificación del estudio. Durante la investigación, puede convertirse en un método esencial para la verificación de la hipótesis. Al concluir la investigación, la observación tiene la capacidad de predecir las tendencias y el desarrollo de los fenómenos, alcanzando así un alto nivel de generalización.

Método Inferencial

Los procedimientos de la estadística inferencial se utilizan para interpretar y evaluar cuantitativamente las magnitudes de un proceso o fenómeno en estudio. Estos métodos permiten identificar las regularidades y relaciones cuantitativas entre propiedades, basándose en el cálculo de la probabilidad de ocurrencia de ciertos eventos. Mediante técnicas como pruebas de hipótesis, análisis de regresión e intervalos de confianza, es posible desarrollar generalizaciones a partir de muestras de

datos, permitiendo inferir comportamientos en poblaciones más amplias (Ramos Chagoya, 2008).

4.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es básica; según Montes (2014), la investigación básica tiene como objetivo ampliar el conocimiento científico mediante la observación del funcionamiento de los fenómenos de la realidad. Este tipo de investigación es crucial para el desarrollo de nuevas teorías y conceptos que pueden servir de base para estudios futuros. Se enfoca en generar datos y teorías que profundicen nuestra comprensión fundamental de los principios que gobiernan los fenómenos, sin buscar aplicaciones prácticas inmediatas.

4.3. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es correlacional, ya que describe el fenómeno tal como ocurre actualmente y busca determinar la relación entre dos o más variables, sin proporcionar una explicación exhaustiva del fenómeno estudiado. Este enfoque permite identificar y cuantificar el nivel de asociación entre variables mediante métodos estadísticos, como el coeficiente de correlación. Además, la investigación correlacional es útil para desarrollar predicciones basadas en las interacciones observadas y puede señalar posibles direcciones para futuras investigaciones que exploren las causas subyacentes de estas relaciones (Hernández et al., 2010).

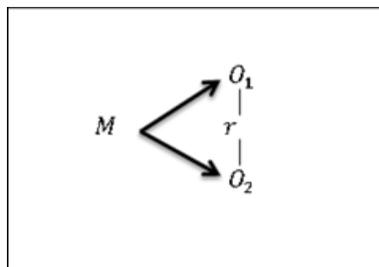
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño es no experimental, es un diseño descriptivo correlacional.

Es descriptivo correlacional, ya que se enfoca en describir cada una de las variables y evaluar el grado de conexión existente entre dos o más variables en un contexto específico. Es transversal porque la evaluación de las variables se lleva a cabo en un único punto temporal (Hernández et al., 2010).

La investigación no experimental se caracteriza por la incapacidad de alterar las variables o asignar de forma aleatoria a los sujetos o a las condiciones. En este tipo de estudio, no existen condiciones o estímulos a los que los sujetos sean expuestos. El análisis de los objetos de estudio se lleva a cabo en su entorno natural, es decir, en el contexto en el que realmente existen. Además es de corte transversal, lo que significa que se examinará el comportamiento de las variables en un solo punto en el tiempo, a través de una única medición (Kerlinger, 1979).

Esquemáticamente, se presenta de la siguiente manera:



Dónde:

M= Muestra:

O₁ = Primera variable: Gestión Comercial

O₂ = Segunda Variable: Competitividad Empresarial

r = Correlación entre la variable 1 y la variable 2

4.5. POBLACIÓN Y LA MUESTRA

4.5.1. Población

Hernández et al. (2010) definen la población en investigación como el conjunto completo de individuos, eventos o elementos que tienen características en común y que son analizados detalladamente. Esta población incluye todos los casos que conforman un fenómeno en un lugar y tiempo

determinados, siendo fundamental para la recolección de datos, análisis estadístico y la generalización de los hallazgos del estudio.

La población de la investigación está compuesta por los empleados de la Unidad Operativa Satipo, perteneciente a la Empresa Prestadora de Servicios (EPS) Selva Central S.A., durante el año 2022.

Tabla 6

Población

POBLACION	TOTAL
Trabajadores	14
TOTAL	14

Nota: Remuneraciones EPS Selva Central S.A.

4.5.2. Muestra

Se ha establecido utilizando un muestreo no probabilístico. Según Solís (1991), en este tipo de muestreo, también conocido como empírico, la elección de los elementos de la muestra no se fundamenta en principios matemático-estadísticos, sino que se basa principalmente en el juicio del investigador.

En este contexto, se establece que la muestra se centrará en la estructura gerencial, jerárquica y los trabajadores de la empresa, quienes son los responsables de tomar las decisiones primarias. Por lo tanto, la muestra será censal y se aplicará al 100% de los empleados de la Unidad Operativa Satipo de EPS Selva Central S.A.

Tabla 7

Muestra

MUESTRA	TOTAL
----------------	--------------

Funcionarios de la Empresa	14
TOTAL	14

Nota: Remuneraciones EPS Selva Central S.A.

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

Para la recopilación de datos de las variables de estudio, se empleará una escala de actitud, la cual permitirá reunir evidencias que respalden la hipótesis de investigación. Se administrará una escala de actitud para ambas variables. Los datos obtenidos serán procesados y analizados mediante la estrategia de triangulación.

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento empleado para recolectar los datos será una encuesta que abordará las variables de investigación: la Gestión Comercial y su relación con la Competitividad Empresarial en la empresa EPS Selva Central S.A.

4.6.3. Validez y Confiabilidad del Instrumento

A. Validez

Para validar el instrumento de medición, se empleó la validez de contenido. En relación a esto, Mucha (2011) menciona que "la validez de contenido implica evaluar si los capítulos utilizados para construir el test son relevantes para su propósito" (p. 18).

Tabla 8

Resultado de Evaluación de los Expertos, del Instrumento de Investigación

EXPERTOS	GRADO ACADEMICO	OPINION
NEFTALI LLIHUA CARRASCO	LICENCIADO EN ADMINISTRACION	Aprobado

VIVANCO NUÑEZ, OMAR ARTURO	MAGISTER	Aprobado
LISBETH ZINTHIA REYES ALFARO	MAGISTER	Aprobado

Nota: Expertos

Los instrumentos para validar los instrumentos se encuentran en el Anexo

B. Confiabilidad del Instrumento

Según (Ríos, 2017) “se refiere a que los resultados obtenidos deban tener consistencia interna (Menéndez, A). La confiabilidad se puede establecer a través del coeficiente alfa de Cronbach, métodos de mitades y otros.”

En esta ocasión, se ha utilizado el alfa de Cronbach, con una prueba piloto realizada a 20 empleados de la empresa EGEPSA. Los resultados se interpretan de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla de Interpretación de la Magnitud del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002)

Resumen de Procesamiento de Casos del Instrumento utilizado

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	14	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	14	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento “Gestión Administrativa y los Estados Financieros en la empresa Egepsa, San Martín de Pangoa - 2022”

Estadísticas de fiabilidad	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
,837	14

Fuente: Procesado con el Software SPSS V.25

Interpretación

El resultado obtenido con el Software SPSS versión 25 fue $\alpha=0.837$.

Según la tabla de interpretación de los rangos, este valor se encuentra en el intervalo de muy alta fiabilidad. Por lo tanto, este resultado confirma la fiabilidad del instrumento y permite su aplicación con confianza.

4.7. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez completada la recolección de datos e información, estos se ingresan sistemáticamente en una base de datos en Excel y luego se transfieren al SPSS. De acuerdo con los objetivos establecidos, se procesan los datos para obtener resultados estadísticos descriptivos, lo que permitirá realizar el análisis correspondiente:

Recuento y porcentaje de la variable Gestión Comercial y sus respectivas dimensiones.

Recuento y porcentaje de la variable Competitividad Empresarial y sus respectivas dimensiones. Cada tabla obtenida se complementa con gráficos correspondientes. A continuación, se procede al análisis e interpretación de las tablas y gráficos.

Asimismo, utilizando los datos obtenidos a través del instrumento (encuestas), se llevará a cabo un análisis inferencial de las variables y dimensiones para medir el grado de asociación y correlación mediante indicadores, en función del objetivo

general y los específicos. Para determinar la relación entre variables y dimensiones, se empleará la Tabla de Baremo.

Tabla 9

Baremo de Interpretación del Coeficiente de Correlación

Valor	Significado
+/- 1.00	“Correlación positiva y negativa perfecta”
+/- 0.80	“Correlación positiva y negativa muy fuerte”
+/- 0.60	“Correlación positiva y negativa fuerte”
+/- 0.40	“Correlación positiva y negativa moderada”
+/- 0.20	“Correlación positiva y negativa débil”
0.00	“Probablemente no existe correlación”

Nota. Estadístico de rho de Spearman

Finalmente, se realiza el análisis de la prueba de hipótesis para las variables y dimensiones, abarcando tanto la hipótesis general como las específicas. Para ello, se plantean la hipótesis nula y la hipótesis alternativa en concordancia con la hipótesis general.

En cuanto al nivel de significancia, se adopta un valor de $\alpha = 0.05$. Para el cálculo y análisis estadístico inferencial, se emplea el coeficiente de correlación rho de Spearman.

Con los resultados obtenidos, se procede a concluir el análisis inferencial, formulando las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

4.8. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

La recolección de información mediante el instrumento (encuesta) o entrevistas se realiza preservando la confidencialidad de los datos personales de los participantes,

por motivos éticos. Asimismo, la información proporcionada por la entidad se considera de carácter privado para el investigador, respaldada por documentos de consentimiento informado por parte de los funcionarios. Además, se incluye el compromiso de respetar los reglamentos de investigación y las normativas de grados y títulos de la Universidad Peruana Los Andes.

CAÍTULO V RESULTADOS

5.1. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados se derivaron de los datos recolectados a través de encuestas aplicadas a una muestra concreta de 14 empleados de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central S.A. Estos datos fueron tabulados y analizados utilizando el software estadístico SPSS versión 25.

Los resultados fueron presentados de manera descriptiva en la primera parte, mientras que en la segunda parte se incluyeron los resultados inferenciales o la prueba de hipótesis.

5.1.1. GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS DE SANEAMIENTO SELVA CENTRAL, SATIPO - 2023

Los resultados descriptivos que ahora se exponen pertenecen a cada una de las variables analizadas y a sus respectivas dimensiones. Iniciamos con los resultados de la primera variable y sus dimensiones, seguidamente de la segunda variable y sus dimensiones.

PRIMERA VARIABLE: GESTIÓN COMERCIAL

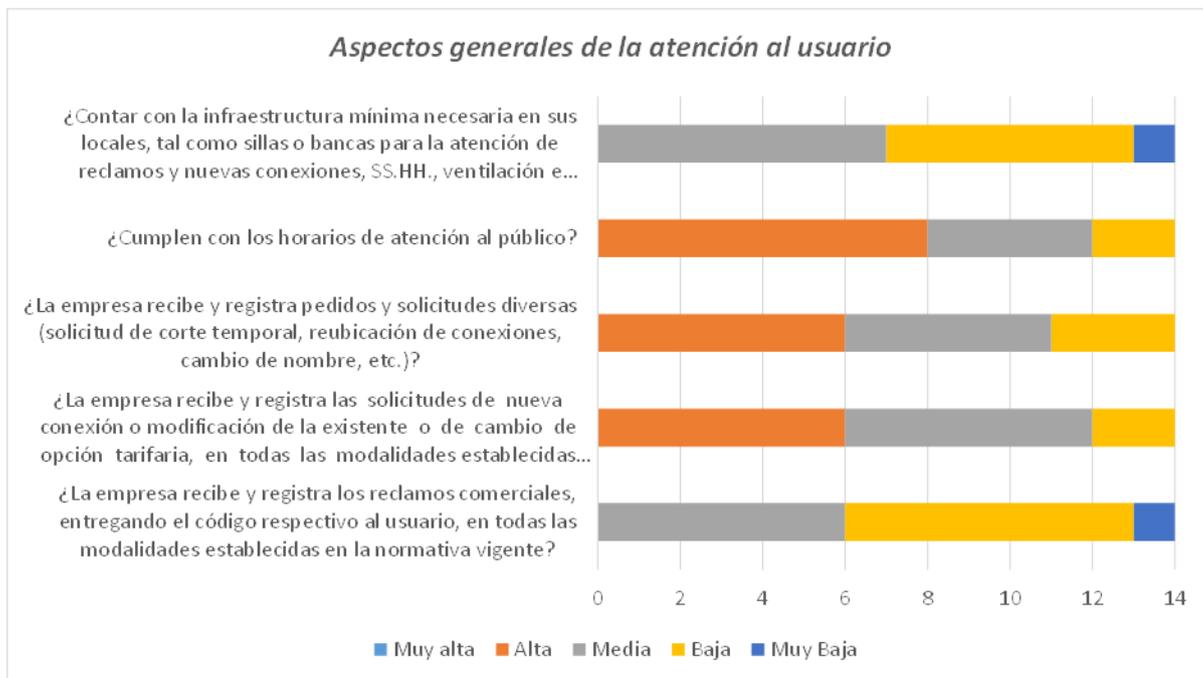
5.1.1.1. Gestión Comercial: Atención al Cliente

Tabla 10

Aspectos Generales de la Atención al Cliente

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	0	0	6	7	1	14
		¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	0	6	6	2	0	14
		¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	0	6	5	3	0	14
		¿Cumplen con los horarios de atención al público?	0	8	4	2	0	14
		¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SSHH., ventilación e iluminación adecuadas?	0	0	7	6	1	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 8*Aspectos Generales de la Atención al Cliente*

Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los empleados señalan que la empresa posee la infraestructura básica requerida en sus instalaciones, incluyendo sillas o bancas para atender reclamos y nuevas conexiones, servicios higiénicos, así como ventilación e iluminación adecuadas.

La mayoría de trabajadores indican que la empresa tiene un cumplimiento alto con los horarios de atención al público.

La mayoría de los empleados señalan que la empresa ha implementado en un 80% el procedimiento para recibir y registrar las solicitudes de nueva conexión, modificación de la existente, o cambio de opción tarifaria, conforme a todas las modalidades estipuladas en la normativa actual.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado en un 50% el procedimiento para registrar pedidos y diversas solicitudes, como la solicitud de corte temporal, la reubicación de conexiones, el cambio de nombre, entre otros.

La mayoría de los empleados indican que la empresa ha alcanzado un 50% de implementación en el procedimiento para recibir y registrar los reclamos comerciales, asegurando que se entregue el código correspondiente al usuario conforme a todas las modalidades previstas en la normativa vigente.

Tabla 11

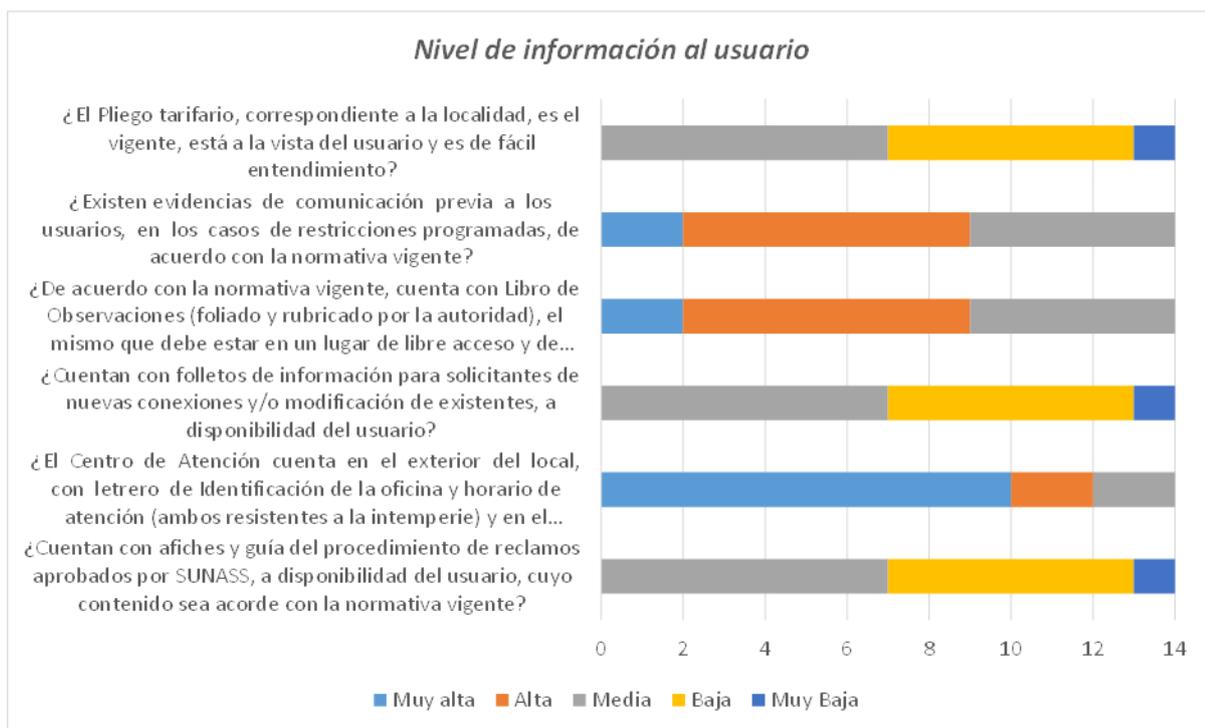
Nivel de información al usuario

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Atención al cliente	Nivel de información al usuario.	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	0	0	7	6	1	14
		¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	10	2	2	0	0	14
		¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	0	0	7	6	1	14
		¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	2	7	5	0	0	14
		¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	2	7	5	0	0	14
		¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	0	0	7	6	1	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 9

Nivel de información al usuario



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa implementa el pliego tarifario correspondiente a la localidad, el cual está vigente, visible al usuario y es fácil de entender.

La mayoría de los empleados señalan que la empresa demuestra un alto grado de comunicación previa con los usuarios en situaciones de restricciones programadas, cumpliendo con la normativa vigente.

La mayoría de los trabajadores indican que la empresa ha implementado completamente el procedimiento de acuerdo con la normativa vigente. Además, dispone de un Libro de Observaciones, que está foliado y rubricado por la autoridad competente, ubicado en un lugar de fácil acceso y claramente señalizado para los usuarios.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado de manera parcial folletos informativos destinados a solicitantes de nuevas

conexiones y/o modificaciones de las existentes, los cuales están disponibles para los usuarios.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado completamente en su centro de atención, que se encuentra en el exterior del local, un letrero de identificación de la oficina y el horario de atención, ambos diseñados para resistir la intemperie. Además, en el interior, cuenta con señalización clara de las áreas destinadas a la atención comercial.

La mayoría de trabajadores indican que la empresa está parcialmente implementada con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente.

Tabla 12

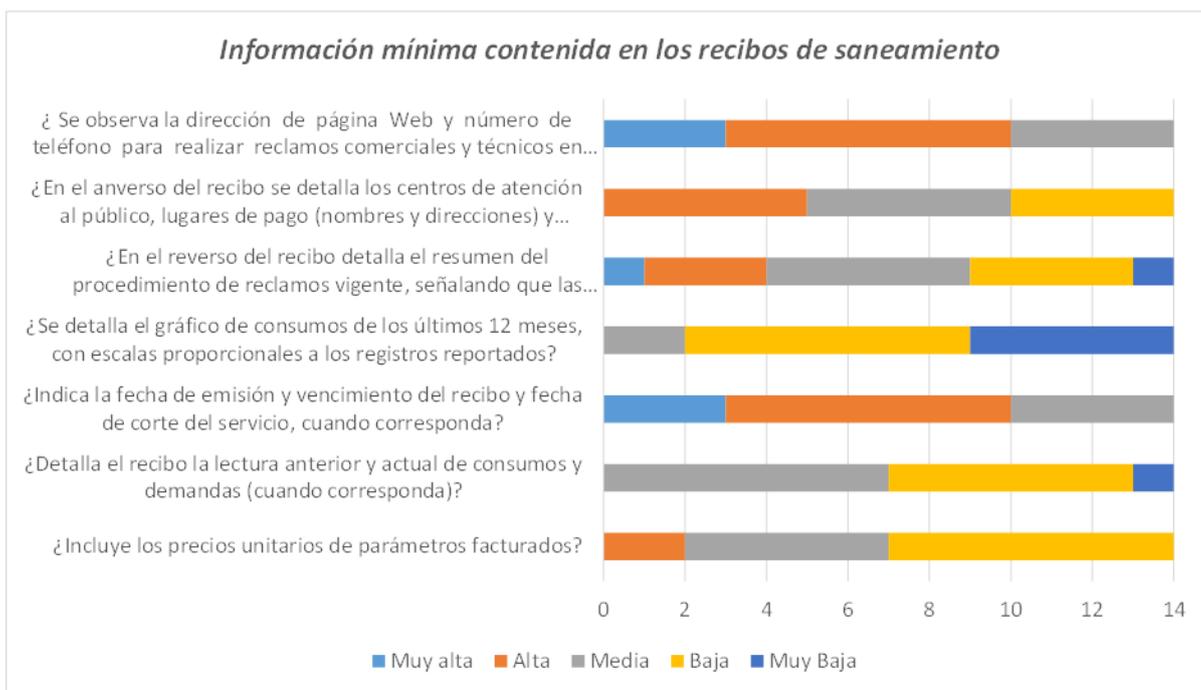
Información mínima contenida en los recibos de saneamiento

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Atención al cliente	Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	0	2	5	7	0	14
		¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?	0	0	7	6	1	14
		¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?	3	7	4	0	0	14
		¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?	0	0	2	7	5	14
		¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?	1	3	5	4	1	14
		¿En el anverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?	0	5	5	4	0	14
		¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	3	7	4	0	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 10

Información mínima contenida en los recibos de saneamiento



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado completamente la inclusión de la dirección de la página web y el número de teléfono para efectuar reclamos comerciales y técnicos, los cuales se encuentran en el reverso del recibo.

La mayoría de los trabajadores indican que la empresa ha implementado completamente en el anverso del recibo la información sobre los centros de atención al público, los lugares de pago (incluyendo nombres y direcciones) y los horarios de atención.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado completamente en el reverso del recibo un resumen del procedimiento de reclamos vigente, indicando además que las guías de reclamo están disponibles de forma gratuita en los centros de atención al público.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa no ha implementado el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, el cual debería tener escalas proporcionales a los registros reportados.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado completamente la inclusión de la fecha de emisión y vencimiento del recibo, así como la fecha de corte del servicio, cuando sea aplicable.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa ha implementado de manera parcial en el recibo la indicación de la lectura anterior y actual de consumos y demandas, cuando sea aplicable.

La mayoría de trabajadores indican que la empresa no tiene implementado en el recibo los precios unitarios de parámetros facturados.

5.1.1.2.Gestión Comercial: Facturación

Tabla 13

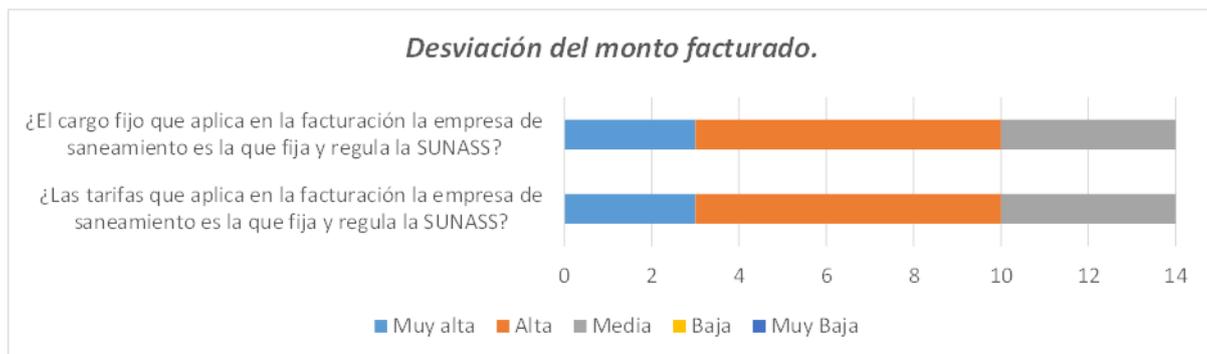
Desviación del monto facturado

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Facturación	Desviación del monto facturado.	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	3	7	4	0	0	14
		¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	3	7	4	0	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 11

Desviación del monto facturado



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de trabajadores indican que la empresa aplica al 100% el cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS.

La mayoría de trabajadores indican que la empresa aplica al 100% las tarifas en la facturación y es la que fija y regula la SUNASS.

Tabla 14

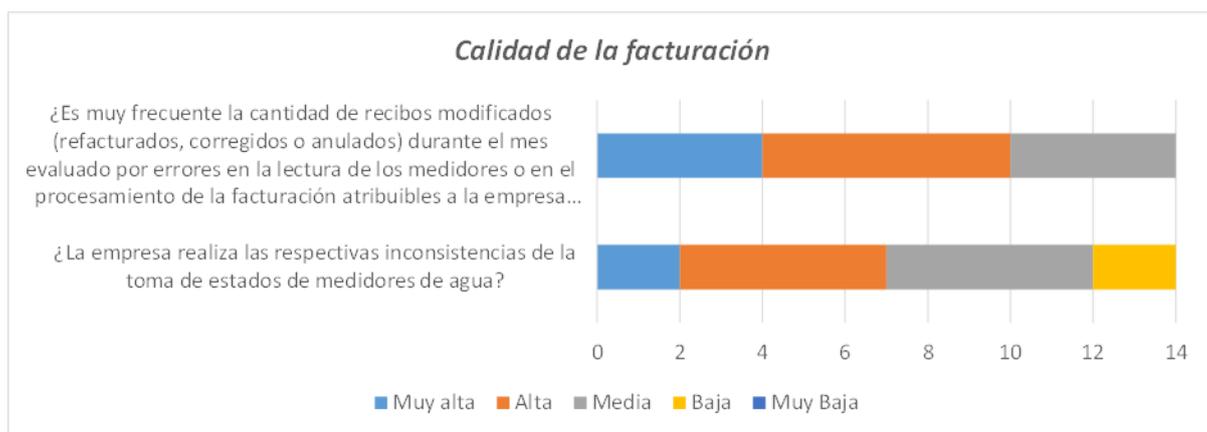
Calidad de la facturación

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Facturación	Calidad de la facturación.	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	2	5	5	2	0	14
		¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	4	6	4	0	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 12

Calidad de la facturación



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que en la empresa es muy alta y frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado, debido a errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación, los cuales son atribuibles a la empresa de saneamiento.

La mayoría de trabajadores indican que la empresa si realiza al 100% las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua.

Tabla 15

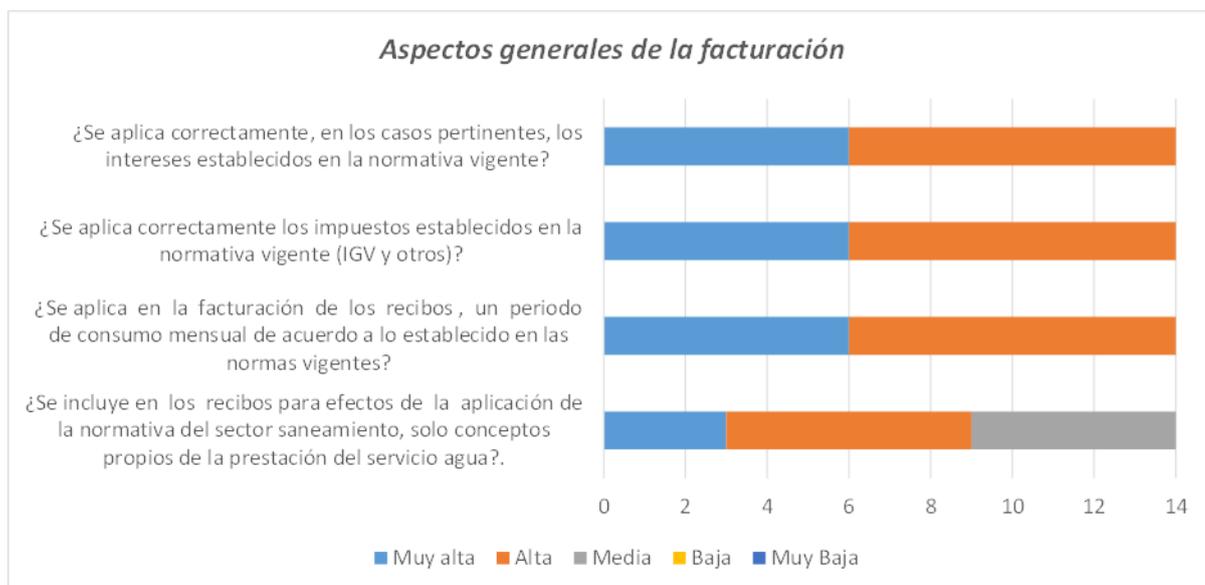
Aspectos generales de la facturación

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja
Facturación	Aspectos generales de la facturación.	¿Se incluye en los recibos para efectos de la aplicación de la normativa del sector saneamiento, solo conceptos propios de la prestación del servicio agua?.	3	6	5	0	0
		¿Se aplica en la facturación de los recibos , un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	6	8	0	0	0
		¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	6	8	0	0	0
		¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?	6	8	0	0	0

Nota. Estadística descriptiva

Figura 13

Aspectos generales de la facturación



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa aplica correctamente al 100%, en los casos pertinentes, los intereses estipulados en la normativa vigente.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa efectivamente aplica de manera correcta y completa los impuestos estipulados en la normativa vigente, incluyendo el IGV y otros.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa efectivamente aplica en la facturación de los recibos un período de consumo mensual al 100%, conforme a lo establecido en las normativas vigentes.

La mayoría de los trabajadores señalan que la empresa efectivamente incluye al 100% en los recibos, para efectos de la aplicación de la normativa del sector saneamiento, únicamente los conceptos relacionados con la prestación del servicio de agua.

5.1.1.3.Gestión Comercial: Cobranza

Tabla 16

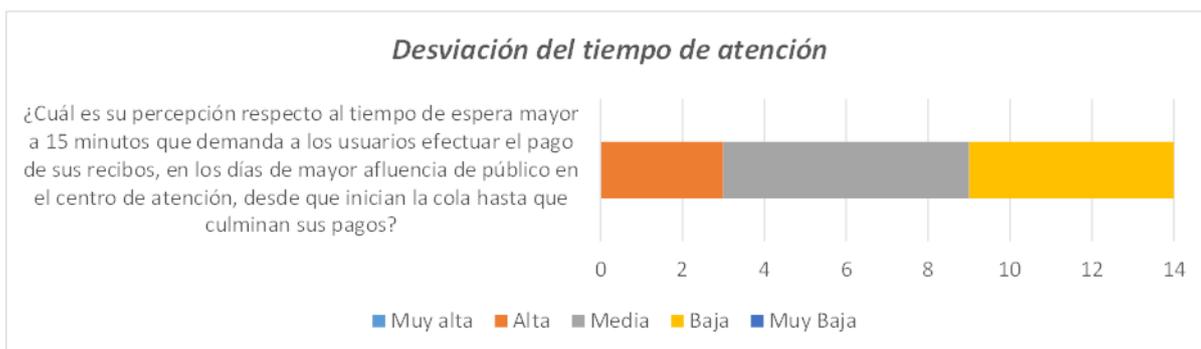
Desviación del tiempo de atención

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Cobranza	Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?	0	3	6	5	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 14

Desviación del tiempo de atención



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que en la empresa, la percepción sobre el tiempo de espera, que supera los 15 minutos para que los usuarios realicen el pago de sus recibos en los días de mayor concurrencia en el centro de atención, desde que se forman en la fila hasta que completan sus pagos, es moderada.

Tabla 17

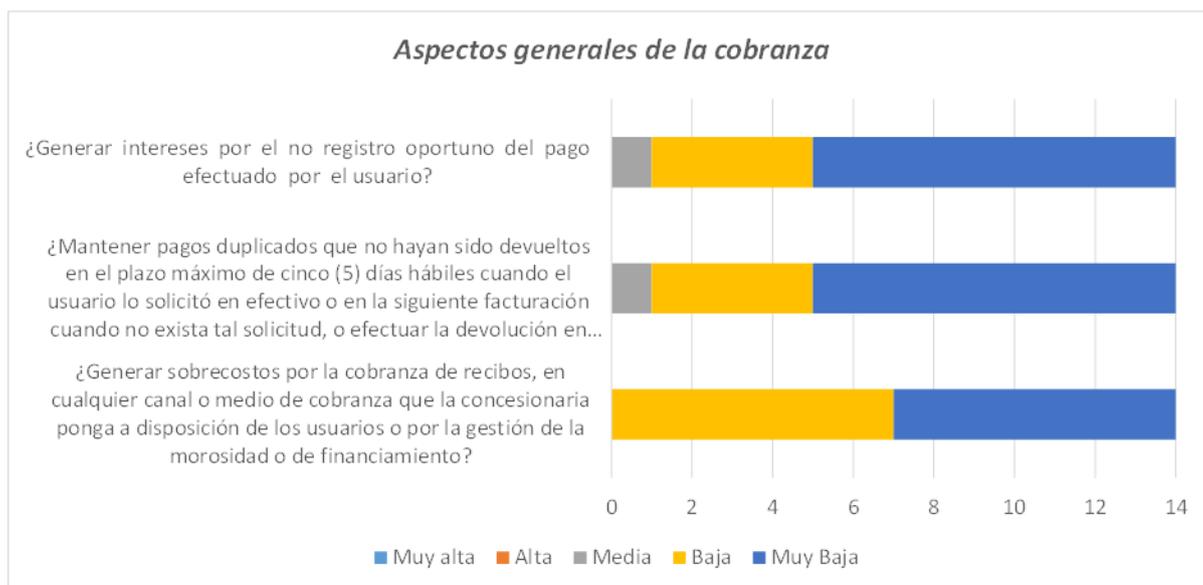
Aspectos generales de la cobranza

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Cobranza	Aspectos generales de la cobranza.	¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?	0	0	0	7	7	14
		¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?	0	0	1	4	9	14
		¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?	0	0	1	4	9	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 15

Aspectos generales de la cobranza.



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores indican que, en la empresa, la percepción sobre la generación de intereses debido al no registro oportuno de los pagos realizados por los usuarios es muy baja.

La mayoría de los trabajadores señalan que, en la empresa, el nivel de percepción es muy bajo respecto a la retención de pagos duplicados que no han sido reembolsados dentro del plazo máximo de cinco días hábiles cuando el usuario solicita la devolución en efectivo, o en la siguiente facturación cuando no se realiza dicha solicitud, así como la devolución en la próxima factura sin incluir los intereses correspondientes.

La mayoría de los trabajadores señalan que, en la empresa, la percepción es baja respecto a la generación de sobrecostos en la cobranza de recibos, ya sea a través de cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ofrezca a los usuarios, o por la gestión de morosidad o financiamiento.

SEGUNDA VARIABLE: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

5.1.1.4. Competitividad Empresarial: Ventaja Competitiva

Tabla 18

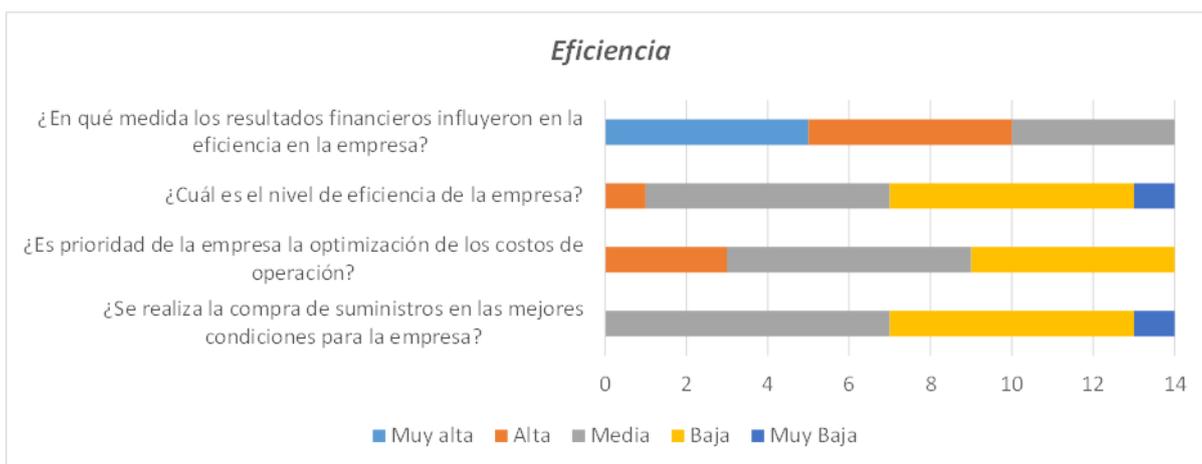
Eficiencia

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Ventaja Competitiva	Eficiencia	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	0	0	7	6	1	14
		¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	0	3	6	5	0	14
		¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	0	1	6	6	1	14
		¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	5	5	4	0	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 16

Eficiencia



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de trabajadores indican que es muy alta la incidencia de los resultados financieros en la eficiencia en la empresa.

La mayoría de trabajadores indican que en la empresa mantiene un nivel eficiencia media.

La mayoría de los trabajadores señalan que en la empresa hay un alto nivel de optimización de los costos de operación.

La mayoría de los trabajadores señalan que la compra de suministros en las condiciones más favorables para la empresa no es suficiente.

Tabla 19

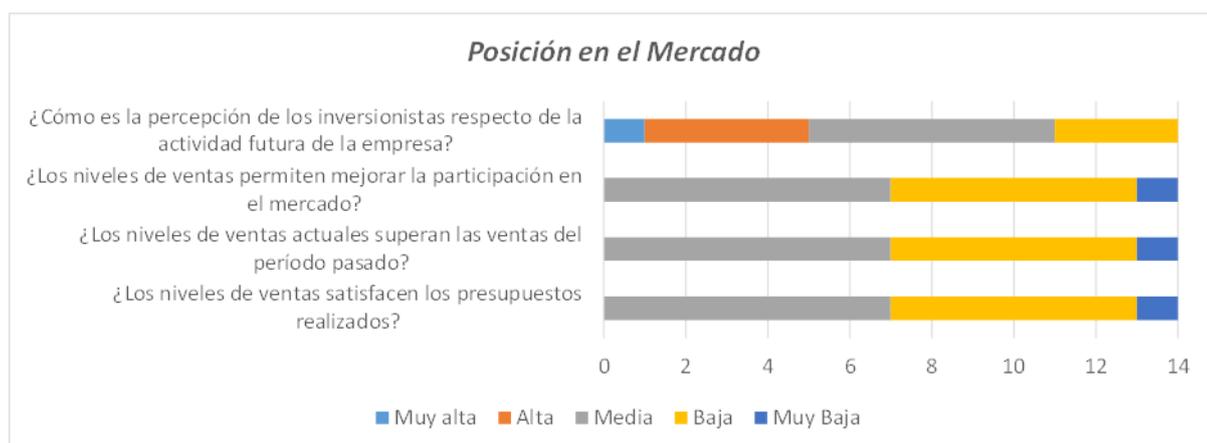
Posición en el Mercado

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
Ventaja Competitiva	Posición en el Mercado	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	0	0	7	6	1	14
		¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del período pasado?	0	0	7	6	1	14
		¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	0	0	7	6	1	14
		¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	1	4	6	3	0	14

Nota. Estadística descriptiva

Figura 17

Posición en el Mercado



Nota. Estadística descriptiva

Interpretación

La mayoría de los trabajadores señalan que la percepción de los inversionistas sobre las perspectivas futuras de la empresa es muy alta.

La mayoría de los trabajadores señalan que, en la empresa, los niveles de ventas son suficientes para sostener su participación en el mercado.

La mayoría de los trabajadores señalan que la percepción es moderada respecto a que los niveles actuales de ventas superan a los del período anterior.

La mayoría de los trabajadores señalan que los niveles de ventas cumplen de manera parcial con los presupuestos establecidos.

5.2. CONTRASTE DE DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

5.2.1. GESTIÓN COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA EPS SELVA CENTRAL S.A., SATIPO 2023

Para establecer la correlación entre las dos variables de estudio, utilizando el instrumento correspondiente con un nivel de medición ordinal, se empleará el estadístico rho de Spearman.

A. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

Tabla 20

Correlación entre la Gestión Administrativa y Competitividad Empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

			Correlaciones	
			V1.GEST.COM	V2.CMP.EMP
Rho de Spearman	V1.GEST.COM	Coeficiente de correlación	1,000	,994**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14
	V2.CMP.EMP	Coeficiente de correlación	,994**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	14	14

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El coeficiente rho de Spearman obtenido es $R_s=0,994$; y según la tabla de Baremo, es significativo, indicando que hay una correlación positiva muy fuerte.

B. Objetivo Especifico 1

Determinar la relación que existe entre la Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

Tabla 21

Correlación entre la Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

		Correlaciones	
		V1.ATE.CLI	V2.VEN.COMP
Rho de Spearman	V1.ATE.CLI	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	14
	V2.VEN.COMP	Coeficiente de correlación	,994**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	14

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El coeficiente rho de Spearman calculado es $R_s=0,994$; de acuerdo con la tabla de Baremo, este resultado es significativo y su interpretación revela que hay una correlación positiva extremadamente fuerte.

C. Objetivo Especifico 2

Determinar la relación que existe entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

Tabla 22

Correlación entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

		Correlaciones		
			V1.FACT	V2.VEN.COMP
Rho de Spearman	V1.FACT	Coeficiente de correlación	1,000	,986**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14
	V2.VEN.COMP	Coeficiente de correlación	,986**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	14	14

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El coeficiente rho de Spearman obtenido es $R_s=0,986$; según la tabla de Baremo, este resultado es significativo y se presencia la existencia de una correlación positiva muy fuerte.

D. Objetivo Especifico 3

Determinar la relación que existe entre la Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

Tabla 23

Correlación entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

		Correlaciones		
			V1.COBR	V2.VEN.COMP
Rho de Spearman	V1.COBR	Coeficiente de correlación	1,000	,979**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14

V2.VEN.COMP	Coeficiente de correlación	,979**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	14	14

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El coeficiente rho de Spearman obtenido es $R_s=0,979$; según la tabla de Baremo, este resultado es significativo y su apreciación indica que existe una correlación positiva muy fuerte.

5.2.2. ANÁLISIS DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS SEGÚN VARIABLES Y DIMENSIONES

A. Hipótesis General

Prueba de Hipótesis para las variables: Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

a. Planteamiento de Hipótesis Estadística

Ho: No Existe una relación significativa entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s = 0$)

Ha: Existe una relación significativa entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s \neq 0$)

b. Nivel de Significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0.01$

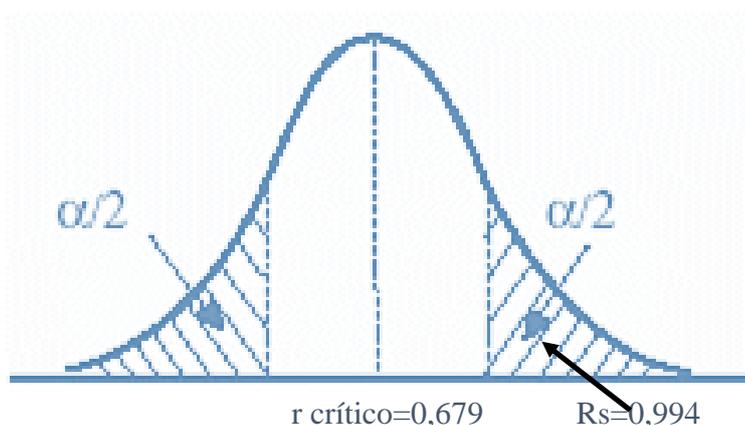
El valor crítico “r” a un $\alpha = 0.01$

$n= 14$ es $r = 0,994$

c. Cálculo del Estadístico

El coeficiente rho de Spearman encontrado es $R_s=0,994$; para aceptar o rechazar la hipótesis nula (H_0), se compara con el valor crítico de rho de Spearman, que es $0,679$, obtenido de la tabla de distribución.

Figura 18: Cálculo del Estadístico Hipótesis General



Fuente: Tabla 20

d. Toma de Decisión

Conforme a los resultados obtenidos, comparamos el valor R_s calculado con el valor crítico de r , donde ($0,994 > 0,679$). Esta relación nos permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo máximo del 1% y aceptar la hipótesis alternativa.

e. Conclusión

Al aceptar la hipótesis alternativa (H_a), se concluye que, con un nivel de confianza del 99%, existe una relación significativa y muy fuerte entre las variables. Es decir, a medida que mejora la Gestión Comercial, la Competitividad Empresarial también aumenta entre los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

B. Hipótesis Especifica 1

Prueba de Hipótesis para las variables: Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

a. Planteamiento de Hipótesis Estadística

Ho: No Existe una relación significativa entre la Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s = 0$)

Ha: Existe una relación significativa entre la Atención al Cliente y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s \neq 0$)

b. Nivel de Significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0.01$

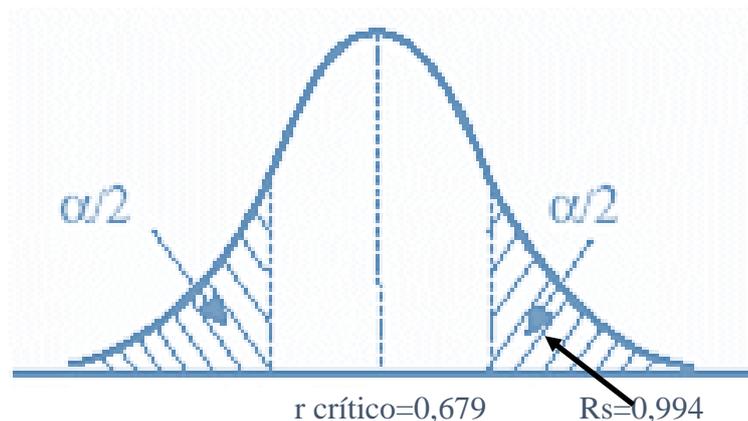
El valor crítico “r” a un $\alpha = 0.01$

$n = 14$ es $r = 0,994$

c. Cálculo del Estadístico

El coeficiente rho de Spearman obtenido es $R_s = 0,994$; para aceptar o rechazar la hipótesis nula (H_0), se compara con el valor crítico de rho de Spearman, que es $0,679$, según la tabla de distribución.

Figura 19: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 1



Fuente: Tabla 21

d. Toma de Decisión

Según los resultados obtenidos, comparamos el valor R_s calculado con el valor crítico de r , donde ($0,994 > 0,679$). Esta comparación nos permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo máximo del 1% y aceptar la hipótesis alternativa.

e. Conclusión

Al aceptar la hipótesis alternativa (H_a), se concluye que, con un nivel de confianza del 99%, existe una relación positiva muy fuerte y significativa entre las variables. Es decir, a medida que mejora la Atención al Cliente, la Ventaja Competitiva aumentará entre los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

C. Hipótesis Especifica 2

Prueba de Hipótesis para las variables: Facturación y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

a. Planteamiento de Hipótesis Estadística

H_0 : No Existe una relación significativa entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s = 0$)

H_a : Existe una relación significativa entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s \neq 0$)

b. Nivel de Significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0.01$

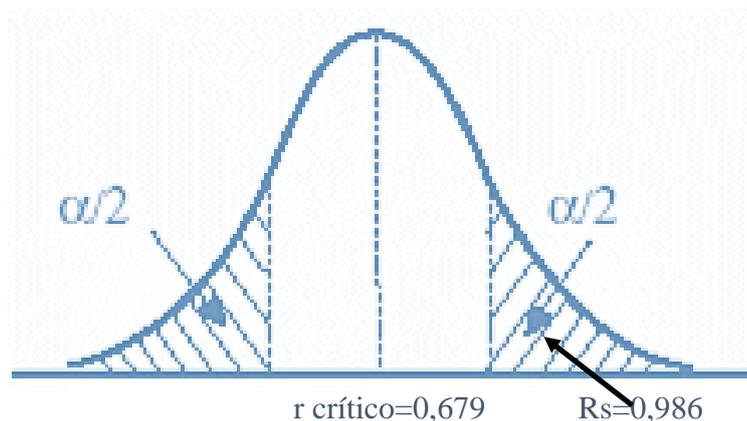
El valor crítico “r” a un $\alpha = 0.01$

$n = 14$ es $r = 0,986$

c. Calculo del Estadístico

El coeficiente rho de Spearman encontrado es $R_s = 0,986$; para aceptar o rechazar la hipótesis nula (H_0), se compara con el valor crítico de rho de Spearman, que es 0,679, según la tabla de distribución.

Figura 20: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 2



Fuente: Tabla 22

d. Toma de Decisión

Según los resultados obtenidos, comparamos el valor R_s calculado con el valor crítico de r , donde $(0,986 > 0,679)$. Esta comparación nos permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo máximo del 1% y aceptar la hipótesis alternativa.

e. Conclusión

Al aceptar la hipótesis alternativa (H_a), se concluye que, con un nivel de confianza del 99%, existe una relación significativa y muy fuerte entre las variables. En otras palabras, a medida que la Facturación cumpla con los pliegos vigentes, la Ventaja Competitiva aumentará entre los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

D. Hipótesis Especifica 3

Prueba de Hipótesis para las variables: Cobranza y la Ventaja Competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

a. Planteamiento de Hipótesis Estadística

H_0 : No Existe una relación significativa entre la Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s = 0$)

Ha: Existe una relación significativa entre la Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; ($r_s \neq 0$)

b. Nivel de Significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0.01$

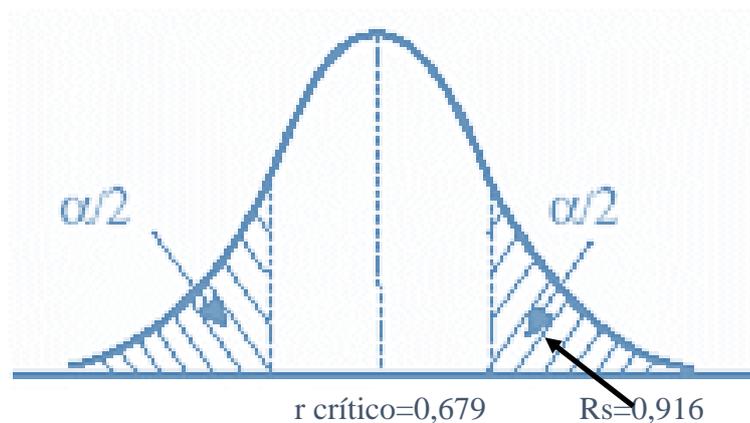
El valor crítico “r” a un $\alpha = 0.01$

$n = 14$ es $r = 0,916$

c. Cálculo del Estadístico

El coeficiente rho de Spearman encontrado es $R_s = 0,916$; para aceptar o rechazar la hipótesis nula (H_0), se compara con el valor crítico de rho de Spearman, que es $0,679$, según la tabla de distribución.

Figura 21: Cálculo del Estadístico Hipótesis Especifica 3



Fuente: Tabla 23

d. Toma de Decisión

Según los resultados encontrados, comparamos el valor R_s calculado con el valor crítico de r , donde ($0,916 > 0,679$). Esta comparación nos permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo máximo del 1% y aceptar la hipótesis alternativa.

e. Conclusión

Al aceptar la hipótesis alternativa (H_a), se concluye que, con un nivel de confianza del 99%, existe una relación significativa y muy fuerte entre las variables. En otras palabras, a medida que mejoran los índices de Cobranza, la Ventaja Competitiva aumentará entre los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente pesquisa tuvo como propósito general Determinar la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

La primera variable, gestión comercial se define como las más adecuadas estrategias de gestión utilizadas en las actividades de facturación del servicio de saneamiento y consumo de agua potable, actividades de atención a los clientes y la cobranza de los recibos por consumo del servicio brindado; que abarca todos los esfuerzos realizados en todas los niveles y áreas de la empresa, con el objetivo de alcanzar dichos propósitos de la manera más adecuada para la situación, asegurando la competitividad en un entorno empresarial cada vez más complejo.

De igual manera, la segunda variable se refiere a la competitividad empresarial, la cual define la capacidad de nuestra empresa para superar a la competencia en diversos aspectos como calidad, eficiencia, costos, producción, producto, posicionamiento, entre otros; de modo que, al final, proporcione una ventaja que haga nuestro negocio más rentable.

A partir de las conceptualizaciones mencionadas, en el desarrollo de la investigación se formuló la siguiente pregunta:

¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?

Al contrastar hipótesis general se ha establecido que se evidencia una relación significativa positiva muy fuerte entre Gestión Comercial y Competitividad

Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

En consecuencia, los resultados obtenidos se compararon con los aportes de otras investigaciones realizadas:

(Reyes Vera, 2018) en la tesis de título profesional “Análisis de la gestión comercial de la empresa pública municipal de agua potable y alcantarillado del Cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas”, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Esmeraldas, Ecuador, se examina la gestión de una empresa pública municipal relativamente nueva. Esta empresa heredó responsabilidades de la anterior entidad municipal encargada del agua potable, sin enfrentar exigencias claras de transparencia por parte de los actores locales respecto a sus operaciones y prácticas, incluyendo tarifas, cortes de servicio, categorización de clientes, entre otros. El objetivo de la investigación fue analizar la gestión comercial de la municipalidad mencionada.

La investigación concluye que la gestión comercial en el área evaluada registra bajos niveles de recaudación, una cartera vencida en aumento y tarifas desactualizadas, que no han sido revisadas, estratificadas ni socializadas adecuadamente. Además, se señaló que la empresa dispone de poca tecnología para la automatización y conexión entre las unidades operativas y administrativas correspondientes.

(Ari Vilca, 2018) en la tesis de título profesional “Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2018”, Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú, se analiza la problemática del crecimiento lento que afecta a las micro y pequeñas empresas, las cuales son importantes fuentes de ingreso en nuestro país. El objetivo

específico de la pesquisa fue identificar la conexión existente entre la competitividad y la gestión empresarial en las micro y pequeñas empresas del mercado mencionado.

Se concluyó que se presencia una correlación significativa entre la competitividad y la gestión empresarial de estas empresas.

La presente pesquisa coincide con los estudios descritos anteriormente, ya que para mejorar la gestión comercial de la empresa es necesario abordar la problemática mediante nuevas estrategias de cobranza y recaudación, implementar sistemas comerciales automatizados que mejoren la atención al cliente y se ajusten a las funciones específicas del negocio. Además, es fundamental que la dirección se renueve con profesionales calificados para garantizar la competitividad empresarial.

APLICACIÓN PRÁCTICA

La EPS selva central es una empresa que se dedica a la venta de productos y servicios relacionados con el saneamiento, como sistemas de purificación de agua, equipos de tratamiento de aguas residuales y servicios de mantenimiento de sistemas de alcantarillado. En este escenario, la gestión comercial desempeña un papel crucial para el éxito del negocio; el cual implica:

La gestión comercial para identificar y segmentar a tus clientes potenciales; podría incluir la identificación de clientes residenciales que necesitan sistemas de purificación de agua en sus hogares, así como clientes comerciales que requieren soluciones de tratamiento de aguas residuales para sus instalaciones.

Desarrollo de estrategias de marketing específicas para cada segmento de clientes. Por ejemplo, utilizar publicidad en línea dirigida a propietarios de viviendas para promocionar tus sistemas de purificación de agua, y desarrollar relaciones comerciales con empresas locales para ofrecerles soluciones de tratamiento de aguas residuales.

Gestión de ventas a partir de objetivos de ventas, capacitando al área de ventas en los productos y servicios que ofreces, y dar seguimiento a las oportunidades de venta a través de un sistema de gestión de relaciones con el cliente.

Control de inventario: En una empresa de saneamiento, es esencial tener un control preciso del inventario de productos. La gestión comercial te permitiría llevar un registro de tus existencias, realizar pedidos de manera oportuna y evitar problemas de escasez o exceso de inventario.

Gestión de relaciones con proveedores: También utilizar la gestión comercial para administrar las relaciones con tus proveedores de equipos y suministros de saneamiento. Esto incluiría negociar contratos, gestionar entregas y asegurarte de que siempre tengas acceso a los productos necesarios para satisfacer la demanda de tus clientes.

Servicio al cliente: La gestión comercial no se limita solo a las ventas, sino que también abarca la satisfacción del cliente. Utilizar sistemas de seguimiento de incidentes y solicitudes de servicio para garantizar que tus clientes reciban un soporte eficiente y que cualquier problema se resuelva de manera rápida y efectiva.

En resumen, la gestión comercial en una empresa de saneamiento implica la planificación y ejecución de estrategias para atraer, retener y satisfacer a los clientes, así como la gestión eficiente de los recursos y relaciones comerciales necesarias para operar con éxito en este sector y garantizar la ventaja competitiva en el sector.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que con un nivel de confianza del 99% existe una relación significativa positiva muy fuerte ($R_s=0,994$) entre la gestión comercial y la competitividad empresarial en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; es decir a medida que la Gestión Comercial mejora la Competitividad Empresarial será mayor en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
2. Se ha determinado que con un nivel de confianza del 99% existe una relación significativa positiva muy fuerte ($R_s=0,994$) entre la atención al cliente y la ventaja competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; es decir a medida que la Atención al Cliente mejora la Ventaja Competitiva será mayor en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
3. Se ha determinado que con un nivel de confianza del 99% existe una relación significativa positiva muy fuerte ($R_s=0,986$) entre la facturación y la ventaja competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; es decir a medida que la Facturación cumpla con los pliegos tarifarios vigentes la Ventaja Competitiva será mayor en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.
4. Se ha determinado que con un nivel de confianza del 99% existe una relación significativa positiva muy fuerte ($R_s=0,986$) entre la cobranza y la ventaja competitiva en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023; es decir a medida que los índices de Cobranza mejoran la Ventaja Competitiva será mayor en los colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.

RECOMENDACIONES

1. A través de un sistema se recomienda implementar las relaciones sólidas con tus clientes. Escucha sus preocupaciones y necesidades, y asegúrate de que se sientan valorados.
2. Se recomienda la capacitación de los colaboradores, lo que implica que tengas la seguridad de que tu equipo de ventas esté bien capacitado y actualizado sobre los productos y servicios de saneamiento que ofreces. Cuanto más conocimiento tengan, mejor podrán comunicar los beneficios a los clientes.
3. Se recomienda mantener una fuerte presencia en línea a través de un sitio web profesional y presencia en redes sociales. Esto ayudará a los clientes a encontrar información sobre tus servicios y ponerse en contacto contigo fácilmente.
4. Se recomienda hacer uso de las herramientas de análisis de datos para evaluar el rendimiento de tus estrategias de ventas y marketing; hacer ajustes y mejorar continuamente.
5. Se recomienda interactuar con asociaciones con otras empresas relacionadas con la industria del saneamiento, como fontaneros o constructores, para ampliar tu alcance y obtener referencias.
6. Se recomienda el cumplimiento normativo con todas las regulaciones y normativas relacionadas con el saneamiento. Esto ayudará a construir una reputación de confianza en el mercado y lo más importante evitará penalidades y multas por parte del fiscalizador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

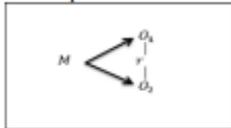
- Alfredo Dammert, R. G. (2010). *Regulación y Supervisión del Sector Eléctrico*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ari Vilca, M. M. (2017). *Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2017*. Juliaca, Perú: UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN.
- Barreto Cruz, A. V. (2018). *Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018*. Lima, Perú: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO.
- Céspedes Ipanaque, S. M., & Risco Ramos, K. P. (Satipo - 2022). *La Gestión Estratégica y su Relación con la Competitividad en la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. de Talara, Satipo - 2022*. Piura, Perú: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN.
- Gálvez Vargas, G. E. (2021). *PROPUESTA DE GESTIÓN COMERCIAL PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS BODEGAS TRADICIONALES EN EL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ 2020*. Pimentel, Perú: UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN.
- Guevara, M. C. (2017). *POLÍTICAS PARA DISMINUIR LA CARTERA MOROSA Y PROPICIAR LA GENERACIÓN DE UNA MAYOR RENTABILIDAD EN LA EMPRESA REGIONAL DESERVICIO PUBLICO DE ELECTRICIDAD – ELECTRO PUNO S.A.A. PERIODO 2014 - 2015*. Puno: UNA-PUNO.
- Hernández, Fernández , & Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F.:
- Llontop Chapoñan, E. E. (2018). *INDICADORES DE GESTIÓN COMERCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRÍZ CHICLAYO, 2017*. Chiclayo, Perú: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN.
- Montes, C. E. (2014). *Metodología de la Investigación Tecnológica*. Huancayo - Perú: Soluciones Gráficas S.A.C.
- Moreno, L. M. (2018). *FUNDAMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE*. Bogota: Ilumino.
- Murillo, D. R. (2005). Sobre el concepto de Competitividad. *Comercio Exterior*, 200-205.

- Paredes, N. D. (2014). *EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA FERRETERÍA COMERCIAL ESTRELLA S.R.L.* Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.
- Reyes Vera, C. (2016). *ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DEL CANTÓN ELOY ALFARO DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.* Esmeraldas. Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS.
- Salinas Reyes, O. E. (2020). *GESTIÓN COMERCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA RADIADORES ROJAS S.A.C., LIMA 2019.* Lima, Perú: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.
- Since Rafaele, H. (2021). *La gestión comercial y su influencia en la competitividad empresarial de las micro empresas del rubro de ferretería en el Distrito de Challhuahuacho del año 2018.* Abancay, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC.
- Solis. (1991). *Metodología de la Investigación Social.* Lima - Perú.

ANEXOS

- MATRIZ DE CONSISTENCIA
- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DEL INSTRUMENTO
- INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN
- CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
- DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS
- TABLA DE DISTRIBUCIÓN RHO DE SPEARMAN
- CONSENTIMIENTO INFORMADO
- FOTOS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>- ¿Cuál es la relación que existe entre Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?</p> <p>- ¿Cuál es la relación que existe entre Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?</p> <p>- ¿Cuál es la relación que existe entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>- Determinar la relación que existe entre Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>- Determinar la relación que existe entre Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>- Determinar la relación que existe entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación significativa entre la Gestión Comercial y Competitividad Empresarial en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>- Existe una relación significativa entre la Facturación y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la Cobranza y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la Atención al Usuario y la Ventaja Competitiva en los Colaboradores de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Selva Central, Satipo 2023.</p>	<p>PRIMERA VARIABLE: Gestión Comercial</p> <p>DIMENSIONES: - Atención al Cliente - Facturación - Cobranza</p> <p>SEGUNDA VARIABLE: Competitividad Empresarial</p> <p>DIMENSIONES: - Ventaja Competitiva</p>	<p>METODO: Investigación Científica TIPO: Es Básica porque correlaciona el fenómeno tal como se presenta. NIVEL: Correlacional. DISEÑO: Diseño no experimental y descriptivo correlacional.</p>  <p>M= Muestra: O1 = Gestión Comercial O2 = Competitividad Empresarial r = Correlación entre las variables de Investigación.</p> <p>POBLACION: Se considera como Población a los 14 trabajadores de la empresa EPS Selva Central S.A. MUESTRA: Censal Que aplica al total de los trabajadores de la empresa.</p> <p>TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnicas: Empírica Documental. Instrumento: Encuesta TECNICA DE ANÁLISIS DE DATOS: Para describir las variables se utilizará la estadística descriptiva. Para comprobar la hipótesis, utilizaremos el estadístico de Rho de Spearman. Con una significancia de $\alpha = 0.05$</p>

Anexo 2: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE N° 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ESCALA MEDICIÓN
Gestión Comercial	Se define como las más adecuadas estrategias de gestión utilizadas en las actividades de facturación de la comercialización de la energía eléctrica, actividades de atención a los clientes y cobranza de los recibos por consumo de energía eléctrica.	Variable que mide los aspectos relacionados a la atención al cliente, facturación y cobranza como gestión comercial.	Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Ordinal
					¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	
					¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	
					¿Cumplen con los horarios de atención al público?	
					¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	
				Nivel de información al usuario.	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	
					¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	
					¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	
					¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	

				<p>¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?</p> <p>¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?</p>		
			Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	<p>¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?</p> <p>¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?</p> <p>¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?</p> <p>¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?</p> <p>¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?</p> <p>¿En el anverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?</p> <p>¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?</p>		
			Facturación	Desviación del monto facturado.	<p>¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?</p> <p>¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?</p>	Ordinal
				Calidad de la facturación.	<p>¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?</p> <p>¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?</p>	

				Aspectos generales de la facturación.	<p>¿Se incluye en los recibos de saneamiento para efectos de la aplicación de la normativa, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de saneamiento?</p> <p>¿Se aplica en la facturación un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?</p> <p>¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?</p> <p>¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?</p>	
			Cobranza	Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos de electricidad, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?	Ordinal
				Aspectos generales de la cobranza.	<p>¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?</p> <p>¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?</p> <p>¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?</p>	
VARIABLE Nº 2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	
Competitividad Empresarial	Es la capacidad que tiene nuestra empresa	Variable que mide la ventaja competitiva	Ventaja Competitiva	Eficiencia	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	Ordinal

	de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costos, eficiencia, calidad, posicionamiento, etc.; de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable	de la gestión empresarial.		¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	Ordinal
				¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	
				¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	
				¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	
				¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del período pasado?	
Posición en el Mercado				¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	Ordinal
				¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	

Anexo 3: OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLE N° 1	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES DE RESPUESTA
Gestión Comercial	Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Muy alta Alta Media Baja Muy Baja
			¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	
			¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	
			¿Cumplen con los horarios de atención al público?	
			¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	
		Nivel de información al usuario.	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	
			¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	
			¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	
			¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	
			¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	
			¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	
			¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	

	Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?			
		¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?			
		¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?			
		¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?			
		¿En el anverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?			
		¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?			
	Facturación	Desviación del monto facturado.		¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Muy alta Alta Media Baja Muy Baja
				¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	
		Calidad de la facturación.		¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	
				¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	
		Aspectos generales de la facturación.		¿Se incluye en los recibos de saneamiento para efectos de la aplicación de la normativa, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de saneamiento?	
				¿Se aplica en la facturación un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	
				¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	
¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?					

		Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos de electricidad, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?	
	Cobranza	Aspectos generales de la cobranza.	¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?	
			¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?	
			¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?	
VARIABLE N° 2	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	OPCIONES DE RESPUESTA
Competitividad Empresarial	Ventaja Competitiva	Eficiencia	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	Muy alta Alta Media Baja Muy Baja
			¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	
			¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	
			¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	
		Posición en el Mercado	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	
			¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del periodo pasado?	
			¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	
			¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	

D

Anexo 4: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN

ENCUESTA ESTRUCTURADA: PRIMERA VARIABLE DE ANÁLISIS:

GESTIÓN COMERCIAL

A continuación se presenta un conjunto de preguntas sobre la gestión comercial y su relación con la competitividad empresarial. Por favor responda con sinceridad, ya que de ello dependerá que los resultados de la investigación sean objetivas y puedan contribuir con el mejoramiento de la gestión comercial que se adoptan con base en la Competitividad Empresarial.

Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja
5	4	3	2	1

Nº	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	5	4	3	2	1
1	Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?					
2			¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?					
3			¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?					
4			¿Cumplen con los horarios de atención al público?					
5			¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?					
6		Nivel de información al usuario.	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?					
7			¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?					
8			¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?					
9			¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?					

10			¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?						
11			¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?						
12		Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?						
13			¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?						
14			¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?						
15			¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?						
16			¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?						
17			¿En el reverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?						
18			¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?						
19	Facturación		Desviación del monto facturado.	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?					
20				¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?					
21		Calidad de la facturación.	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?						
22			¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?						
23		Aspectos generales de la facturación.	¿Se incluye en los recibos para efectos de la aplicación de la normativa del sector eléctrico, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de electricidad?						
24			¿Se aplica en la facturación de los recibos un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?						
25			¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?						
26			¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?						
27		Cobranza	Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?					

28			¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?					
29		Aspectos generales de la cobranza.	¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?					
30			¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?					

Fuente: Elaboración Propia

ENCUESTA ESTRUCTURADA: SEGUNDA VARIABLE DE ANÁLISIS:**COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

A continuación se presenta un conjunto de preguntas sobre la gestión comercial y la competitividad empresarial en la empresa EPS Selva Central S.A.. Por favor responda con sinceridad, ya que de ello dependerá que los resultados de la investigación sean objetivos y puedan contribuir con el mejoramiento de la gestión comercial que se adoptan con base a la Competitividad Empresarial.

Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja
5	4	3	2	1

Nº	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	5	4	3	2	1
1	Ventaja Competitiva	Eficiencia	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?					
2			¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?					
3			¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?					
4			¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?					
5		Posición en el Mercado	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?					
6			¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del periodo pasado?					
7			¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?					
8			¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?					

Fuente: Elaboración Propia

VARIABLE 1 : GESTIÓN COMERCIAL																															
Nº Encuestados	Atención al cliente																		Facturación								Cobranza				
	Aspectos generales de la atención al usuario.					Nivel de información al usuario.					Información mínima contenida en los recibos de saneamiento								Desviación del monto facturado.		Calidad de la facturación.		Aspectos generales de la facturación.				Desviación del tiempo de atención.	Aspectos generales de la cobranza.			
1	3	4	4	4	3	3	5	3	5	5	3	4	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3
2	3	4	4	4	3	3	5	3	5	5	3	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	
3	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	2	2	
4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	2	2	2
5	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	2	2	
6	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	1	1	
7	2	3	3	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	
8	2	3	3	4	2	2	5	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	1	1	
9	2	3	3	3	2	2	5	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	1	1	
10	2	3	3	3	2	2	5	2	3	3	2	2	2	4	1	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	1	1	1	
11	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	1	1	1	
12	2	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	1	1	1	
13	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	1	1	1	
14	1	2	2	2	1	1	3	1	3	3	1	2	1	3	1	1	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	1	1	1	

VARIABLE 2 : Competitividad Empresarial								
Nº Encuestados	Ventaja Competitiva							
	Eficiencia				Posición en el Mercado			
1	3	4	4	5	3	3	3	5
2	3	4	3	5	3	3	3	4
3	3	4	3	5	3	3	3	4
4	3	3	3	5	3	3	3	4
5	3	3	3	5	3	3	3	4
6	3	3	3	4	3	3	3	3
7	3	3	3	4	3	3	3	3
8	2	3	2	4	2	2	2	3
9	2	3	2	4	2	2	2	3
10	2	2	2	4	2	2	2	3
11	2	2	2	3	2	2	2	3
12	2	2	2	3	2	2	2	2
13	2	2	2	3	2	2	2	2
14	1	2	1	3	1	1	1	2

Anexo 5: CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

A. Confiabilidad del Instrumento

Según (Ríos, 2017) “se refiere a que los resultados obtenidos deban tener consistencia interna. La confiabilidad se puede establecer a través del coeficiente alfa de Cronbach, métodos de mitades y otros.”

En esta ocasión, se ha utilizado el alfa de Cronbach, con una prueba piloto realizada a 20 empleados de la empresa EGEPSA. Los resultados se interpretan de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla de Interpretación de la Magnitud del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002)

Resumen de Procesamiento de Casos del Instrumento utilizado

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	14	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	14	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento “Gestión Administrativa y los Estados Financieros en la empresa Egepsa, San Martín de Pangoa - 2022”

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	14

Fuente: Procesado con el Software SPSS V.25

Interpretación

El resultado obtenido con el Software SPSS versión 25 fue $\alpha=0.837$. Según la tabla de interpretación de los rangos, este valor se encuentra en el intervalo de muy alta fiabilidad. Por lo tanto, este resultado confirma la fiabilidad del instrumento y permite su aplicación con confianza.

B. Validez del instrumento

Resultado de Evaluación de los Expertos, del Instrumento “Gestión Comercial”

EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	OPINION
NEFTALI LLIHUA CARRASCO	LICENCIADO EN ADMINISTRACION	Aprobado
VIVANCO NUÑEZ, OMAR ARTURO	MAGISTER	Aprobado
LISBETH ZINTHIA REYES ALFARO	MAGISTER	Aprobado

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos

Resultado de Evaluación de los Expertos, del Instrumento “Competitividad Empresarial”

EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	OPINION
NEFTALI LLIHUA CARRASCO	LICENCIADO EN ADMINISTRACION	Aprobado
VIVANCO NUÑEZ, OMAR ARTURO	MAGISTER	Aprobado
LISBETH ZINTHIA REYES ALFARO	MAGISTER	Aprobado

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos

Instrumento para validar un cuestionario
Método basado en juicio de expertos
Coeficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)

Evaluador	Lic. Adm. NEFTALI LLIHUA CARRASCO	DNI	40785499
Institución	Universidad Peruana Los Andes	Teléfono	944659844
Cargo	Docente	Fecha	02/09/2023

INDICADORES	
COHERENCIA	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
CLARIDAD	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
ESCALA	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
RELEVANCIA	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

Escala de valores				
1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente

VARIABLE 1: Gestión Comercial

Dimensión 1: Atención al cliente

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
2	¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
3	¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
4	¿Cumplen con los horarios de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
5	¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
6	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		
7	¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
8	¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
9	¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
10	¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
11	¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
12	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

13	¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
14	¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
15	¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
16	¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
17	¿En el reverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
18	¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

Dimensión 2: Facturación

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
20	¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
21	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
22	¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	Coherencia					X	19
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	
23	¿Se incluye en los recibos de electricidad para efectos de la aplicación de la normativa del sector eléctrico, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de electricidad?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
24	¿Se aplica en la facturación de los recibos de electricidad, un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		
25	¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
26	¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		

Dimensión 3: Cobranza

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
27	Los gastos generados por la empresa tienen relación directa o indirecta con la generación de ventas o ingresos.	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	

28	La empresa puede acreditar fehacientemente sus gastos contenidas en el respectivo comprobante de pago, para ser deducible.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
29	Los gastos de la empresa están realizados acorde a la necesidad del negocio y contabilizados dentro del ejercicio económico.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
30	Los gastos de la entidad guardan debida proporción, razonabilidad y normalidad con el volumen de ingresos que obtiene.	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
		Claridad				X		
		Escala				X		

VARIABLE 2: Competitividad Empresarial

Dimensión 1: Ventaja Competitiva

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
31	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
32	¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala				X		
		Relevancia				X		
33	¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
34	¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
35	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
36	¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del periodo pasado?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
37	¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
38	¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

Huancayo, 02 de setiembre del 2023



Lic. Adm. NEFTALI LLIHUA CARRASCO
Evaluador
DNI N° 40785499

Instrumento para validar un cuestionario
Método basado en juicio de expertos
Coefficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)

Evaluador	MTRO. VIVANCO NUÑEZ, OMAR ARTURO	DNI	43634571
Institución	Universidad Peruana Los Andes	Teléfono	938790175
Cargo	Docente	Fecha	02/09/2023

INDICADORES	
COHERENCIA	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
CLARIDAD	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
ESCALA	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
RELEVANCIA	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

Escala de valores				
1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente

VARIABLE 1: Gestión Comercial

Dimensión 1: Atención al cliente

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
2	¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
3	¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
4	¿Cumplen con los horarios de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
5	¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
6	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
7	¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
8	¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
9	¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (fochado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
10	¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
11	¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
12	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

13	¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
14	¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
15	¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
16	¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
17	¿En el reverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
18	¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

Dimensión 2: Facturación

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
20	¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
21	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
22	¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
23	¿Se incluye en los recibos de electricidad para efectos de la aplicación de la normativa del sector eléctrico, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de electricidad?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
24	¿Se aplica en la facturación de los recibos de electricidad, un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		
25	¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
26	¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		

Dimensión 3: Cobranza

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
27	Los gastos generados por la empresa tienen relación directa o indirecta con la generación de ventas o ingresos.	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

28	La empresa puede acreditar fehacientemente sus gastos contenidos en el respectivo comprobante de pago, para ser deducible.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
29	Los gastos de la empresa están realizados acorde a la necesidad del negocio y contabilizados dentro del ejercicio económico.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
30	Los gastos de la entidad guardan debida proporción, razonabilidad y normalidad con el volumen de ingresos que obtiene.	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
		Claridad				X		
		Escala				X		

VARIABLE 2: Competitividad Empresarial
Dimensión 1: Ventaja Competitiva

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
31	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
32	¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
33	¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
34	¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
35	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
36	¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del período pasado?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
37	¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
38	¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

Huancayo, 02 de setiembre del 2023



.....
MTRO. VIVANCO NUÑEZ, OMAR ARTURO
 Evaluador
 DNI N° 43634571

Instrumento para validar un cuestionario
Método basado en juicio de expertos
Coefficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)

Evaluador	MTRA. LISBETH ZINTHIA REYES ALFARO	DNI	42701316
Institución	Universidad Peruana Los Andes	Teléfono	961612353
Cargo	Docente	Fecha	02/09/2023

INDICADORES	
COHERENCIA	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
CLARIDAD	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
ESCALA	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
RELEVANCIA	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

Escala de valores				
1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente

VARIABLE: Gestión Comercial

Dimensión 1: Atención al cliente

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
2	¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
3	¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
4	¿Cumplen con los horarios de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia				X		
5	¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
6	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
7	¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
8	¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
9	¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
10	¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
11	¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
12	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

13	¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
14	¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
15	¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
16	¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
17	¿En el reverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
18	¿ Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

Dimensión 2: Facturación

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
20	¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
21	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
22	¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
23	¿Se incluye en los recibos de electricidad para efectos de la aplicación de la normativa del sector eléctrico, solo conceptos propios de la prestación del servicio público de electricidad?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
24	¿Se aplica en la facturación de los recibos de electricidad, un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		
25	¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala				X		
		Relevancia					X	
26	¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		

Dimensión 3: Cobranza

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
27	Los gastos generados por la empresa tienen relación directa o indirecta con la generación de ventas o ingresos.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

28	La empresa puede acreditar fehacientemente sus gastos contenidos en el respectivo comprobante de pago, para ser deducible.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
29	Los gastos de la empresa están realizados acorde a la necesidad del negocio y contabilizados dentro del ejercicio económico.	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
30	Los gastos de la entidad guardan debida proporción, razonabilidad y normalidad con el volumen de ingresos que obtiene.	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
		Claridad				X		
		Escala				X		

VARIABLE: Competitividad Empresarial
Dimensión 1: Ventaja Competitiva

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
31	¿Se realiza la compra de suministros en las mejores condiciones para la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
32	¿Es prioridad de la empresa la optimización de los costos de operación?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala				X		
		Relevancia				X		
33	¿Cuál es el nivel de eficiencia de la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
34	¿En qué medida los resultados financieros influyeron en la eficiencia en la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
35	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
36	¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del período pasado?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
37	¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
38	¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

Huancayo, 02 de setiembre del 2023


MTRA. LISBETH ZINTHIA REYES ALFARO
**Evaluador
DNI N° 42701316**

Anexo 6: DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Nº	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
1	Atención al cliente	Aspectos generales de la atención al usuario.	¿La empresa recibe y registra los reclamos comerciales, entregando el código respectivo al usuario, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	0	0	6	7	1	14
2			¿La empresa recibe y registra las solicitudes de nueva conexión o modificación de la existente o de cambio de opción tarifaria, en todas las modalidades establecidas en la normativa vigente?	0	6	6	2	0	14
3			¿La empresa recibe y registra pedidos y solicitudes diversas (solicitud de corte temporal, reubicación de conexiones, cambio de nombre, etc.)?	0	6	5	3	0	14
4			¿Cumplen con los horarios de atención al público?	0	8	4	2	0	14
5			¿Contar con la infraestructura mínima necesaria en sus locales, tal como sillas o bancas para la atención de reclamos y nuevas conexiones, SS.HH., ventilación e iluminación adecuadas?	0	0	7	6	1	14
6	Atención al cliente	Nivel de información al usuario.	¿Cuentan con afiches y guía del procedimiento de reclamos aprobados por SUNASS, a disponibilidad del usuario, cuyo contenido sea acorde con la normativa vigente?	0	0	7	6	1	14
7			¿El Centro de Atención cuenta en el exterior del local, con letrero de Identificación de la oficina y horario de atención (ambos resistentes a la intemperie) y en el interior con señalización de las áreas de atención comercial?	10	2	2	0	0	14
8			¿Cuentan con folletos de información para solicitantes de nuevas conexiones y/o modificación de existentes, a disponibilidad del usuario?	0	0	7	6	1	14
9			¿De acuerdo con la normativa vigente, cuenta con Libro de Observaciones (foliado y rubricado por la autoridad), el mismo que debe estar en un lugar de libre acceso y de fácil ubicación (con señalización) para el usuario?	2	7	5	0	0	14
10			¿Existen evidencias de comunicación previa a los usuarios, en los casos de restricciones programadas, de acuerdo con la normativa vigente?	2	7	5	0	0	14
11			¿El Pliego tarifario, correspondiente a la localidad, es el vigente, está a la vista del usuario y es de fácil entendimiento?	0	0	7	6	1	14
12	Atención al cliente	Información mínima contenida en los recibos de saneamiento	¿Incluye los precios unitarios de parámetros facturados?	0	2	5	7	0	14
13			¿Detalla el recibo la lectura anterior y actual de consumos y demandas (cuando corresponda)?	0	0	7	6	1	14
14			¿Indica la fecha de emisión y vencimiento del recibo y fecha de corte del servicio, cuando corresponda?	3	7	4	0	0	14
15			¿Se detalla el gráfico de consumos de los últimos 12 meses, con escalas proporcionales a los registros reportados?	0	0	2	7	5	14
16			¿En el reverso del recibo detalla el resumen del procedimiento de reclamos vigente, señalando que las guías de reclamo se proporcionarán en forma gratuita en los centros de atención al público?	1	3	5	4	1	14
17			¿En el anverso del recibo se detalla los centros de atención al público, lugares de pago (nombres y direcciones) y horarios de atención?	0	5	5	4	0	14
18			¿Se observa la dirección de página Web y número de teléfono para realizar reclamos comerciales y técnicos en el reverso del recibo?	3	7	4	0	0	14
19	Facturación	Desviación del monto facturado.	¿Las tarifas que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	3	7	4	0	0	14
20			¿El cargo fijo que aplica en la facturación la empresa de saneamiento es la que fija y regula la SUNASS?	3	7	4	0	0	14
21	Facturación	Calidad de la facturación.	¿La empresa realiza las respectivas inconsistencias de la toma de estados de medidores de agua?	2	5	5	2	0	14
22			¿Es muy frecuente la cantidad de recibos modificados (refacturados, corregidos o anulados) durante el mes evaluado por errores en la lectura de los medidores o en el procesamiento de la facturación atribuibles a la empresa de saneamiento?	4	6	4	0	0	14
23	Facturación	Aspectos generales de la facturación.	¿Se incluye en los recibos para efectos de la aplicación de la normativa del sector saneamiento, solo conceptos propios de la prestación del servicio agua?.	3	6	5	0	0	14
24			¿Se aplica en la facturación de los recibos, un periodo de consumo mensual de acuerdo a lo establecido en las normas vigentes?	6	8	0	0	0	14
25			¿Se aplica correctamente los impuestos establecidos en la normativa vigente (IGV y otros)?	6	8	0	0	0	14
26			¿Se aplica correctamente, en los casos pertinentes, los intereses establecidos en la normativa vigente?	6	8	0	0	0	14
27	Cobranza	Desviación del tiempo de atención.	¿Cuál es su percepción respecto al tiempo de espera mayor a 15 minutos que demanda a los usuarios efectuar el pago de sus recibos, en los días de mayor afluencia de público en el centro de atención, desde que inician la cola hasta que culminan sus pagos?	0	3	6	5	0	14
28	Cobranza	Aspectos generales de la cobranza.	¿Generar sobrecostos por la cobranza de recibos, en cualquier canal o medio de cobranza que la concesionaria ponga a disposición de los usuarios o por la gestión de la morosidad o de financiamiento?	0	0	0	7	7	14
29			¿Mantener pagos duplicados que no hayan sido devueltos en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles cuando el usuario lo solicitó en efectivo o en la siguiente facturación cuando no exista tal solicitud, o efectuar la devolución en la siguiente facturación sin considerar los respectivos intereses?	0	0	1	4	9	14
30			¿Generar intereses por el no registro oportuno del pago efectuado por el usuario?	0	0	1	4	9	14
Nº	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy Baja	Total
5	Ventaja Competitiva	Posición en el Mercado	¿Los niveles de ventas satisfacen los presupuestos realizados?	0	0	7	6	1	14
6			¿Los niveles de ventas actuales superan las ventas del periodo pasado?	0	0	7	6	1	14
7			¿Los niveles de ventas permiten mejorar la participación en el mercado?	0	0	7	6	1	14
8			¿Cómo es la percepción de los inversionistas respecto de la actividad futura de la empresa?	1	4	6	3	0	14

Anexo 7: TABLA DE DISTRIBUCIÓN RHO DE SPEARMAN

Critical Values of the Spearman's Ranked Correlation Coefficient (r_s)

Taken from Zar, 1984 Table B.19

$\alpha(2):$	0.50	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.005	0.002	0.001
$\alpha(1):$	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001	0.0005
n									
4	0.600	1.000	1.000						
5	0.500	0.800	0.900	1.000	1.000				
6	0.371	0.657	0.829	0.886	0.943	1.000	1.000		
7	0.321	0.571	0.714	0.786	0.893	0.929	0.964	1.000	1.000
8	0.310	0.524	0.643	0.738	0.833	0.881	0.905	0.952	0.976
9	0.267	0.483	0.600	0.700	0.783	0.833	0.867	0.917	0.933
10	0.248	0.455	0.564	0.648	0.745	0.794	0.830	0.879	0.903
11	0.236	0.427	0.536	0.618	0.709	0.755	0.800	0.845	0.873
12	0.217	0.406	0.503	0.587	0.678	0.727	0.769	0.818	0.846
13	0.209	0.385	0.484	0.560	0.648	0.703	0.747	0.791	0.824
14	0.200	0.367	0.464	0.538	0.626	0.679	0.723	0.771	0.802
15	0.189	0.354	0.446	0.521	0.604	0.654	0.700	0.750	0.779
16	0.182	0.341	0.429	0.503	0.582	0.635	0.679	0.729	0.762
17	0.176	0.328	0.414	0.485	0.566	0.615	0.662	0.713	0.748
18	0.170	0.317	0.401	0.472	0.550	0.600	0.643	0.695	0.728
19	0.165	0.309	0.391	0.460	0.535	0.584	0.628	0.677	0.712
20	0.161	0.299	0.380	0.447	0.520	0.570	0.612	0.662	0.696
21	0.156	0.292	0.370	0.435	0.508	0.556	0.599	0.648	0.681
22	0.152	0.284	0.361	0.425	0.496	0.544	0.586	0.634	0.667
23	0.148	0.278	0.353	0.415	0.486	0.532	0.573	0.622	0.654
24	0.144	0.271	0.344	0.406	0.476	0.521	0.562	0.610	0.642
25	0.142	0.265	0.337	0.398	0.466	0.511	0.551	0.598	0.630
26	0.138	0.259	0.331	0.390	0.457	0.501	0.541	0.587	0.619
27	0.136	0.255	0.324	0.382	0.448	0.491	0.531	0.577	0.608
28	0.133	0.250	0.317	0.375	0.440	0.483	0.522	0.567	0.598
29	0.130	0.245	0.312	0.368	0.433	0.475	0.513	0.558	0.589
30	0.128	0.240	0.306	0.362	0.425	0.467	0.504	0.549	0.580
31	0.126	0.236	0.301	0.356	0.418	0.459	0.496	0.541	0.571
32	0.124	0.232	0.296	0.350	0.412	0.452	0.489	0.533	0.563
33	0.121	0.229	0.291	0.345	0.405	0.446	0.482	0.525	0.554
34	0.120	0.225	0.287	0.340	0.399	0.439	0.475	0.517	0.547
35	0.118	0.222	0.283	0.335	0.394	0.433	0.468	0.510	0.539
36	0.116	0.219	0.279	0.330	0.388	0.427	0.462	0.504	0.533
37	0.114	0.216	0.275	0.325	0.383	0.421	0.456	0.497	0.526
38	0.113	0.212	0.271	0.321	0.378	0.415	0.450	0.491	0.519
39	0.111	0.210	0.267	0.317	0.373	0.410	0.444	0.485	0.513
40	0.110	0.207	0.264	0.313	0.368	0.405	0.439	0.479	0.507
41	0.108	0.204	0.261	0.309	0.364	0.400	0.433	0.473	0.501
42	0.107	0.202	0.257	0.305	0.359	0.395	0.428	0.468	0.495
43	0.105	0.199	0.254	0.301	0.355	0.391	0.423	0.463	0.490
44	0.104	0.197	0.251	0.298	0.351	0.386	0.419	0.458	0.484
45	0.103	0.194	0.248	0.294	0.347	0.382	0.414	0.453	0.479
46	0.102	0.192	0.246	0.291	0.343	0.378	0.410	0.448	0.474
47	0.101	0.190	0.243	0.288	0.340	0.374	0.405	0.443	0.469
48	0.100	0.188	0.240	0.285	0.336	0.370	0.401	0.439	0.465
49	0.098	0.186	0.238	0.282	0.333	0.366	0.397	0.434	0.460
50	0.097	0.184	0.235	0.279	0.329	0.363	0.393	0.430	0.456

Anexo 8: CONSENTIMIENTO INFORMADO

“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

**INGENIERO REMIGIO DAVID FERNANDEZ ARELLANO.
GERENTE GENERAL DE LA EPS SELVA CENTRAL S.A.
SATIPO**

AUTORIZA:

A las personas **TORPOCO VILLALVA JOSAFAT NEHEMIAS MIKAEL** con DNI: 71625739, y **DE LA PEÑA MATEO CHARLES BRUCEE** con DNI: 46465172; bachilleres de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, **especialidad de Administración y Sistemas** de la Universidad Peruana los Andes, quienes están desarrollando la investigación titulada **EL CONSENTIMIENTO INFORMADO** para el desarrollo de la investigación titulada **GESTIÓN COMERCIAL Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA UNIDAD OPERATIVA SATIPO, EPS SELVA CENTRAL S.A., 2022**, para que realicen la entrevista al área correspondiente, se les otorga el permiso necesario, brindándoles las facilidades del caso.

Satipo, 27 de enero del 2023

Atentamente;


E.P.S. SELVA CENTRAL S.A.
CHANCHAMAYO OXAPAMPA SATIPO
ING. REMIGIO DAVID FERNANDEZ ARELLANO
GERENTE GENERAL

Anexo 9: TOMA DE ENCUESTAS



