

# Gestión de Satisfacción al Cliente II

## Resumen

En el presente artículo se analiza el nivel de Satisfacción al cliente en el consumo de energía eléctrica, en las tarifas residenciales de las ciudades de Milagro, Bucay, El Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar y Coronel Marcelino Maridueña, de la provincia del Guayas, Ecuador. El propósito de esta investigación cuantitativa, de campo y transversal, es establecer condiciones de mejora que permitan a las empresas de distribución del suministro eléctrico, fortalecer sus estándares de servicio, contribuyendo así a que los usuarios sean atendidos de forma óptima. Por medio de las encuestas aplicadas, se conoció las deficiencias en Atención al Cliente, reflejadas en el hecho que los usuarios no son atendidos en forma oportuna, no se cumplen las leyes del sector eléctrico, y lo más importante, no brindan un apoyo íntegro en el proceso de trabajo, que de hacerlo permitiría alcanzar los objetivos del área y de las empresas que ofrecen este servicio.

**Palabras Clave:** satisfacción al cliente, tarifa eléctrica, suministro de energía, distribuidora, cultura organizacional.

## Abstract

In this article the level of customer satisfaction is discussed in electricity consumption in residential rates of cities in Milagro, Bucay, El Triunfo, Naranjito, Simón Bolívar and Coronel Marcelino Maridueña, in the province of Guayas, Ecuador. The purpose of this quantitative research, and cross country, is to establish conditions that enable improved distribution companies of electricity supply, strengthen their service standards, thus helping users to be served optimally. Through applied surveys, deficiencies met in regard to Customer, reflected in the fact that users are not served in a timely manner, the laws of the electricity sector are not met, and most importantly, do not provide Complete support in the work process, to do that would achieve the objectives of the area and the companies that offer this service.

**Key words:** Customer satisfaction, electricity rates, energy supply, distribution, organizational culture.



Recibido: Julio, 2013  
Aceptado: Mayo, 2014

Ing. Félix Enrique Villegas Yagual, MAF<sup>1</sup>  
Docente Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales. Universidad Estatal de Milagro  
ing\_enriquevillegas@hotmail.com

Ing. Xiomara Leticia Zuñiga Santillán, MAF<sup>2</sup>  
Docente Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales. Universidad Estatal de Milagro

<sup>1</sup>Ingeniero Comercial. Licenciado en Educación, Especialización Informática. Máster en Administración y Dirección de Empresas, MAE. Máster en Educación Superior. Docente de la Universidad Estatal de Milagro y decano de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales.

<sup>2</sup>Ingeniera Comercial. Máster en Administración y Dirección de Empresas, MAE. Máster en Educación Superior. Diplomada en Gerencia y Liderazgo en Educación. Diplomada Superior en Currículo por Competencias. Docente de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales, de la Universidad Estatal de Milagro.

## 1. INTRODUCCIÓN

El material de Gestión de Satisfacción al Cliente II en el Sector Eléctrico, está dirigido a todas las distribuidoras que comercializan energía directamente a los consumidores finales, debido a que los desafíos y entornos en que se desenvuelve este sector, requieren de decisiones urgentes y necesarias, que permitan solucionar los diversos problemas que plantean los usuarios. Las expectativas que originaron inicialmente los cambios legales o liquidación de las Empresas Eléctricas Independientes y la formulación de acciones interiores, en cada una de ellas, han tenido que reforzarse con el transcurso del tiempo, como respuesta a la no atención, en un 100 %, de las necesidades de servicios de los clientes.

La finalidad del estudio radica en conocer la calidad de atención a los usuarios de este importante servicio básico, la energía eléctrica, en la actualidad administrada por el Gobierno Nacional; por ello, se plantea conocer cuál es el porcentaje admisible de satisfacción al cliente, que permita a las distribuidoras desenvolverse en un ambiente de aceptación, por parte de los usuarios y cumplir con las correspondientes leyes del sector eléctrico, como la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, Reglamento Sustitutivo del Reglamento de Suministro del Servicio de Electricidad, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Regulaciones del Consejo Nacional de Electricidad, CONELEC.

La empresa distribuidora de electricidad de este sector, sirve a 70.000 clientes de una comunidad eminentemente agrícola y agroindustrial, en un área de concesión aproximada de 5.000 km<sup>2</sup>, que cubre en diversas proporciones a cinco provincias de las regiones costa y sierra del Ecuador. Está ubicada en una zona subtropical y algunas de las comunidades a las que atiende se encuentran en el límite de la sierra y costa, gozando de un clima agradable durante todo el año. Se pretende elevar el índice de cobertura de este servicio básico a 100 %; es política del actual gobierno, cumplir con los planes de obras a los sectores urbano marginales y rurales.

Los resultados obtenidos servirán para proponer medidas que reduzcan la insatisfacción de los clientes, a través de: mejoras en la gestión de las áreas Comercial y Técnica, lo que producirá impactos positivos en beneficio de los usuarios, cumpliéndose con la aplicación

real del Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, promoviendo los niveles de eficiencia de las empresas gubernamentales [1].

Satisfacer a un Cliente en un servicio básico, como es el suministro de energía eléctrica, nunca antes ha tenido tanta importancia como en la actualidad [2]. Un repaso de los cambios que operan en las empresas, públicas y privadas, respaldará tal afirmación; por ejemplo, la reestructuración de las empresas y la reducción de costos, son factores de productividad que ayudarán a formar parte de la competencia global del siglo XXI, la misma que requiere que los empleados sean más flexibles y que aprendan a enfrentar los cambios constantes y las innovaciones. En pocas palabras, la atención de los usuarios se constituye en un reto, que debe iniciarse con detectar las oportunidades generadas en los mercados, en un siglo marcado por la competitividad y la mejora continua.

Quienes integran las Distribuidoras, se preocupan por el mejoramiento del Servicio a los usuarios. Los Directivos, el profesional, el oficinista y el operario, trabajan con otras personas, lo cual influye en la calidad de vida que se desarrolla en los centros de trabajo. En este contexto, los gerentes que representan el sistema administrativo (quienes toman las decisiones), deben tratar de conocer las bases de bienestar de los clientes internos y externos, como medio para mejorar los resultados de satisfacción de clientes y ser más eficiente [3].

Además de todo lo que se ha expuesto, es importante que la Gestión de satisfacción al cliente, en el sector eléctrico, marque su análisis en aspectos como los cambios legales del sector eléctrico, los impactos de la reestructuración administrativa de las regionales eléctricas, las consecuencias que se desprenden del actual sistema de facturación y la indagación sobre las quejas de los usuarios, como respuesta a la mala gestión de los sistemas y subsistemas del área comercial.

En consecuencia, en el presente análisis se tomó como punto de partida los resultados de la investigación de Gestión de Satisfacción al Cliente I en el Sector Eléctrico, instrumento indispensable, que verificó si se desarrollan operaciones encaminadas a dar solución a los problemas planteados por los usuarios, que van en busca de satisfacción del servicio que brinda cada una de las distribuidoras [4].

**El Objetivo General** consiste en determinar en qué medida la gestión de satisfacción al cliente, del sector eléctrico, permite que los usuarios asuman una actitud de aceptación y complacencia, a través de una investigación sobre la calidad del servicio, con el fin de proporcionar información relevante sobre la imagen corporativa de las empresas que integran este sector y tener una base sólida para propuestas estratégicas de mejora y modernización. Esto se viabilizará a través de los siguientes **objetivos específicos**:

- Analizar la calidad del servicio, desde la perspectiva de los clientes, en relación a los cortes de electricidad.
- Especificar la forma en que se maneja el sistema de comunicación empresa-clientes, como medio de información y orientación sobre el uso de la energía eléctrica.
- Examinar si existe un servicio de facturación que satisfaga los requerimientos de los usuarios del suministro eléctrico.
- Indagar la calidad de atención que se brinda a los clientes por parte de los funcionarios encargados de acoger y gestionar aspectos como procedimientos de reclamos, pedidos, información.
- Determinar la opinión que los usuarios del servicio de suministro eléctrico tienen acerca de la imagen corporativa de las empresas proveedoras, en aspecto claves como transparencia, honestidad, modernidad, preocupación por el medio ambiente y desarrollo de la comunidad.

Las variables sujetas a la investigación corresponden a las establecidas por el “Índice de Satisfacción del Consumidor” (ISC), que considera atributos como: **suministro de energía, información y comunicación con el cliente, facturación y atención al cliente e imagen.** En base a ellas, se establecieron las hipótesis, sobre las cuales se plantearon las preguntas del cuestionario dirigidas a los clientes u usuarios del sector eléctrico residencial.

#### **Hipótesis General:**

La gestión de satisfacción al cliente permite que los usuarios asuman una actitud de aceptación y complacencia con el servicio generado por las distribuidoras del sector eléctrico.

#### **Hipótesis Específicas:**

- Los cortes en el suministro de la energía eléctrica, incide en la perspectiva de los clien-

tes sobre la calidad del servicio recibido.

- El sistema de comunicación empresa-clientes actúa como medio de información y orientación sobre el uso de la energía eléctrica.
- El servicio de facturación influye en la satisfacción de los usuarios del suministro eléctrico.
- La calidad de atención por parte de los funcionarios encargados de acoger y gestionar aspectos como procedimientos de reclamos, pedidos, información, etc. Incide en la satisfacción a los clientes.
- La opinión que los usuarios del servicio de suministro eléctrico, en aspecto claves como transparencia, honestidad, modernidad, preocupación por el medio ambiente y desarrollo de la comunidad, afecta a la imagen corporativa de las empresas proveedoras.

Además, se consideraron varias preguntas de investigación, tomando las establecidas por el ISC que permite mediciones sobre la calidad del servicio y atención a los usuarios del suministro eléctrico, de esta forma estas preguntas sirvieron como base del instrumento de recolección de datos.

## **2. MARCO REFERENCIAL**

En este marco referencial, uno de los aspectos que más importancia tiene para el trabajador, es lo que respecta a la satisfacción que le produce la atención a los usuarios, con resultados positivos, con mayores índices de satisfacción y, por lo tanto, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial, el mismo que requiere cumplir con las siguiente nociones: de cambio, de acción y de mejoramiento [5].

El desarrollo industrial es el desarrollo deseado y una medida de la modernización de una sociedad. Las causas del subdesarrollo son imputadas a las propias sociedades “atrasadas”, desconociendo la existencia de factores externos y sin indagar sus relaciones con los procesos de acumulación capitalista. De ahí la importancia de llegar a la modernización, cuya teoría reflexiva expresa: no se trata solo de efectos colaterales externos, sino de efectos colaterales internos, de los efectos colaterales de la modernización de la sociedad industrial. No se trata, por ejemplo, de la «enfermedad de las vacas locas» como tal, de lo que le hace a animales y seres humanos, sino de qué actores, responsabilidades, mercados, etc., resultan «electrizados», cuestionados por ella, pro-

bablemente se derrumban, y qué turbulencias, con sus difícilmente delimitables reacciones en cadena, se producen a través de la misma, involuntariamente, sin querer, en los centros de la modernización económica y política [6].

En respuesta a lo anteriormente señalado, han surgido planteamientos del desarrollo humano, que parten de la idea, que el desarrollo debe tener como centro al ser humano y no los mercados o producción. Por consiguiente, lo que se debe medir no es el Producto Interno Bruto, PIB, sino el nivel de vida de las personas, a través de indicadores relativos a la satisfacción de las necesidades humanas. Desde el punto de vista conceptual el Índice de Desarrollo Humano (IDH) intenta ser una aproximación a la medición de los niveles de Desarrollo Humano de las personas en los distintos países. Por razones metodológicas, este Índice no incluye todos los ámbitos que el concepto de Desarrollo Humano considera. Es así como reúne sólo tres componentes del Desarrollo Humano: calidad de vida, longevidad y nivel de conocimiento [7].

Analizando lo expuesto se puede aseverar que el presente estudio, toma como base un factor determinante en lo que se denomina calidad de vida, este es el servicio de luz eléctrica.

Satisfacer las necesidades de las personas es uno de los objetivos de la política del estado ecuatoriano, basada en disminuir los niveles de desigualdad social, de tal forma que ecuatorianos y ecuatorianas gocen de los servicios básicos. El INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) establece que las N.B.I. (Necesidades Básicas Insatisfechas) consisten en la insatisfacción real de las necesidades básicas de la población, las mismas que se calculan en base a las siguientes variables [8]:

- Abastecimiento de agua potable
- Eliminación de aguas servidas
- Servicios higiénicos
- Luz eléctrica
- Ducha
- Teléfono
- Analfabetismo
- Años de escolaridad
- Médicos hospitalarios por cada 1000 habitantes
- Camas hospitalarias por cada 1000 habitantes - Esta variable no se considera en el cálculo del indicador de N.B.I para el área rural

Frente a las políticas del gobierno, el CONE-

LEC (Consejo Nacional de Electricidad) toma un papel fundamental en la economía, así lo establece la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, que en el artículo 13 le otorga varias funciones y facultades, entre las cuales se menciona el poder regular el sector eléctrico y velar por el cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y demás normas técnicas de electrificación del país, de acuerdo con la política energética nacional [9].

La satisfacción al cliente es un factor que corresponde no sólo a las empresas privadas, sino también a las entidades públicas, sobre todo a estas últimas. Estas tienen la obligación de mejorar la calidad de vida de las personas, aspecto que se vuelve complejo, cuando deben manejar con responsabilidad social, los fondos entregados por el gobierno, a tiempo, que van generando un servicio marcado por la calidad.

Generar satisfacción en el usuario requiere que el CONELEC vaya más allá de la simple función de acceso a la luz eléctrica, también lleva al reto de educar al usuario a través de campañas, que fomenten el ahorro de energía y al correcto uso de la misma. Se deben hacer recomendaciones que conciencien a las personas, marquen en ellas un cambio en el uso de artefactos eléctricos y en la seguridad de las instalaciones, que les permita gozar de este servicio. Entre esas recomendaciones están: mantener limpios y en buen estado los aparatos eléctricos y considerar la opción de reemplazar equipos demasiado usados por equipos nuevos de menor consumo; además revisar las instalaciones eléctricas con el fin de detectar posibles defectos como cables pelados [10].

### 3. METODOLOGÍA

Esta investigación acerca de la situación de Satisfacción al Cliente, se lo midió tomando como referente las variables que afectan a quienes a diario consumen energía eléctrica y consideran que esta puede calificarse en términos positivos o negativos, de ahí que se aplicó una encuesta a los usuarios de energía eléctrica, en las tarifas residencial, en las ciudades de Milagro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi, en base a los datos de viviendas y habitantes, obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC 2010, con los que se efectuó la medición, conforme a la Regulación de Calidad del Servicio del CONELEC. Adoptándose un "Ín-

dice de Satisfacción del Consumidor” (ISC) que considerará los siguientes atributos [11]:

#### Suministro de energía eléctrica

- Suministro de energía sin interrupción
- Suministro de energía sin variación
- Agilidad en el restablecimiento del servicio

#### Información y comunicación con el cliente

- Notificación previa en caso de interrupción programada
- Orientaciones para el uso eficiente de la energía
- Orientaciones sobre riesgos y peligros en el uso de la energía eléctrica
- Información sobre derechos y deberes de los clientes

#### Factura

- Entrega anticipada de la factura
- Factura sin errores
- Fechas para el vencimiento de la factura
- Facilidades para el pago de la factura

#### Atención al Cliente

- Facilidad de contacto con la empresa
- Tiempo de atención
- Calidad de atención (cortesía, respeto, amabilidad, buena voluntad)
- Plazos para resolver las solicitudes
- Solución definitiva de los problemas
- Cumplimiento de los plazos

#### Imagen

- Empresa ágil y moderna
- Empresa honesta, seria, transparente
- Empresa preocupada con la satisfacción de sus clientes

La población sujeta de estudio corresponde a 71 659 viviendas con medidor, de los cantones: Milagro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi, este dato fue proporcionado por el INEC 2010 [12].

Sobre el total poblacional se aplicó el cálculo de la muestra, utilizando la siguiente fórmula:

$$n_0 = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)e^2 + Z^2PQ}$$

Donde:

$Z_{(1-\alpha/2)}$  = Valor de la distribución normal, según el nivel de confianza deseado.

P = Proporción de unidades con la característica.

Q = P-1 = Proporción de unidades sin la característica

e = Margen de error muestral

$$n = \frac{71\,659 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(71\,659 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 382$$

Al obtenerse como muestra un valor tan bajo que representa al número de viviendas con medidor en 6 cantones, se consideró trabajar con un valor mayor, de esta forma no se afectaría el proceso de investigación, al contrario, se disminuiría el margen de error. Se tomó como valor muestral un total de 1371 medidores correspondientes a los cantones sujetos a medición, basándose en datos del CONELEC 2013 [13], donde se recalca la importancia de que a pesar de existir un medidor por vivienda o un medidor compartido, también se debe reflexionar sobre el hecho que existen viviendas con varios medidores.

Posteriormente se procedió a utilizar un muestreo estratificado para equilibrar la cantidad de encuestas aplicadas a cada cantón, en relación al porcentaje de viviendas con medidor y sobre una base muestral de la cantidad de medidores. Lo expuesto justifica el empleo de un muestreo probabilístico, dando la misma posibilidad de elección a todos los objetos y sujetos de estudio.

Cantones (Prov. Guayas)	Número de Viviendas con medidor
Milagro	38 494
Yaguachi	10 972
El Triunfo	8698
Coronel Marcelino Maridueña	2699
Naranjito	8358
General Antonio Elizalde (Bucay)	2438
<b>TOTAL</b>	<b>71 659</b>

**Tabla 1.** Viviendas por cantón  
Fuente: Sistema Redatam (INEC)  
Elaboración: autores

Cantones (1)	Población (2)	Porcentaje Poblacional (3)	Muestra de viviendas por cantón (4)
Milagro	38494	53,72	737
Yaguachi	10972	15,31	210
El Triunfo	8698	12,14	166
Coronel Marcelino Maridueña	2699	3,77	52
Naranjito	8358	11,66	160
General Antonio Elizalde	2438	3,40	46
<b>TOTAL</b>	<b>71659</b>	<b>100</b>	<b>1371</b>

**Tabla 1.** Muestreo estratificado: Viviendas por cantón  
**Fuente:** Sistema Redatam (INEC)  
**Elaboración:** autores

De acuerdo a los cálculos, se aplicarán las encuestas en cada cantón, en las cantidades establecidas en la columna cuatro.

**4. RESULTADOS**

**RESIDENCIAL**

**SECCIÓN 1: PRODUCTO (calidad del servicio – suministro de energía eléctrica)**

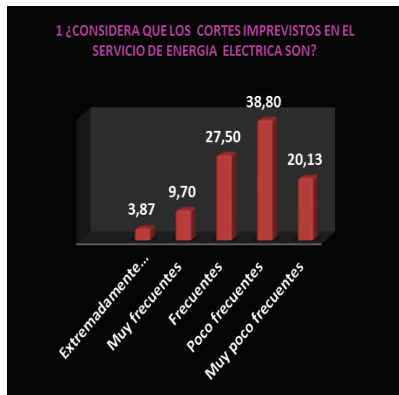
1.- ¿Considera que los cortes imprevistos en el servicio de energía eléctrica son?

2.- ¿Ha observado usted variaciones continuas en la intensidad de la energía eléctrica?

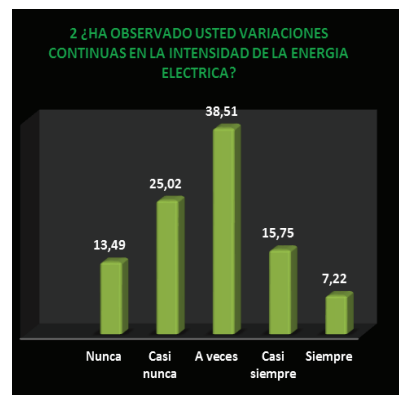
3.- Cuando existen cortes del servicio en su sector ¿la reposición del mismo se realiza de forma: que usted considera?

ALTERNATIVA	USUARIOS	1 (%)	ALTERNATIVA	2 (%)	ALTERNATIVA	3 (%)	TOTAL	PROMEDIO
Extremadamente frecuentes	53	3,87	Nunca	13,49	Muy lento	11,23	28,59	9,53
Muy frecuentes	133	9,70	Casi nunca	25,02	Lento	31,15	65,87	21,96
Frecuentes	377	27,50	A veces	38,51	Aceptable	36,03	102,04	34,01
Poco frecuentes	532	38,80	Casi siempre	15,75	Rápido	16,92	71,47	23,82
Muy poco frecuentes	276	20,13	Siempre	7,22	Muy rápido	4,67	32,02	10,67
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100,00</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>

**Tabla 1.** Cortes imprevistos, variaciones y reposición del servicio de energía eléctrica  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios



**Gráfico 1A.** Cortes imprevistos de la energía eléctrica.  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 1B.** Variaciones continuas en la energía eléctrica.  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 1C.** Reposición del servicio.  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios.

1. De acuerdo a la Tabla 1 y Gráfico 1A se puede observar que el 38,80% y 20,13 % corresponde a lo Poco frecuente y Muy poco frecuente, que son los cortes imprevistos de energía, el 27,50 %, que son Frecuentes, el 9,70 % Muy frecuentes y el 3,87 % indicó que son Extremadamente frecuentes.

2. El 13,49 % de los encuestados expresó que Nunca han existido variaciones continuas en la intensidad de la energía eléctrica, mientras que el 25,02% y 38,51 % sostuvo que Casi nunca o A veces existen esta variaciones, pero el 15,75% y 7,22 % dijo Casi siempre y Siempre. Ver Tabla 1 y Gráfico 1B.

3. El 36,03%, 16,92%, y 4,67 % de los usuarios encuestados consideró que la reposición de energía, después de existir cortes de energía, es Aceptable, Rápido, Muy rápido, respectivamente, pero el 31,15% y el 11,23% dijo que es Lento, Muy lento, en su orden. Ver Tabla 1 y Gráfico 1C.

#### Análisis Crítico:

Los resultados permiten inferir que los cortes de energía eléctrica, las oscilaciones de

la intensidad de la misma tienen un nivel de frecuencia que afecta a la apreciación de los usuarios sobre la calidad del servicio, sobre todo porque las mejoras y reposiciones de servicios tienen una lentitud que no permite que se efectúen con normalidad las actividades normales y cotidianas de hogares, negocios e instituciones.

## SECCIÓN 2: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

4.- ¿Cuando se producen cortes del servicio, programadas por las distribuidoras de energía eléctrica, para dar mantenimiento a su sistema de distribución, usted tiene previo conocimiento de esto?

5.- ¿Recibe de parte de las empresas de energía eléctrica, orientación para el uso eficiente de la energía?

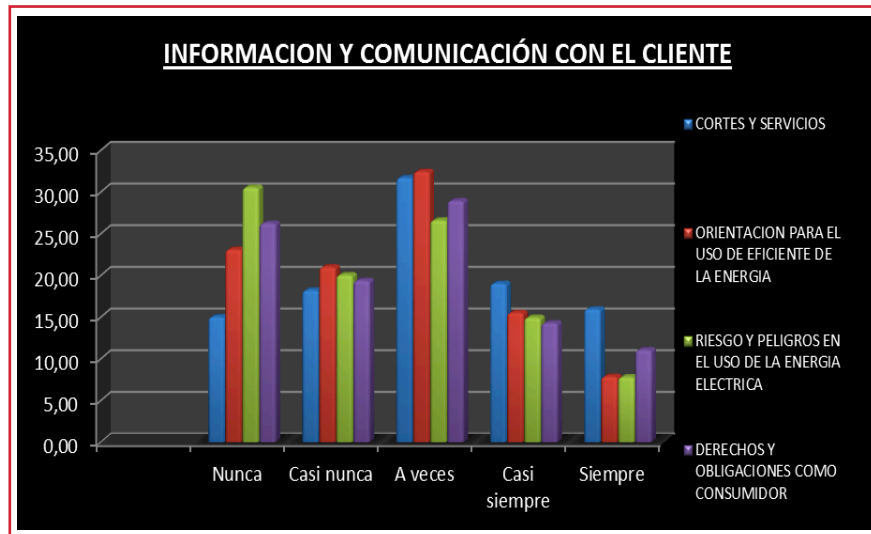
6.- ¿Recibe de parte de las empresas de energía eléctrica, orientación sobre los riesgos y peligros en el uso de la energía eléctrica?

7.- ¿Recibe de parte de las empresas de energía eléctrica, orientación sobre sus derechos y obligaciones como consumidor?

ALTERNATIVA	USUARIOS	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	4-5-6-7	PROMEDIO
Nunca	206	15,03	23,12	30,56	26,26	94,97	23,74
Casi nunca	250	18,23	21,01	20,06	19,40	78,70	19,68
A veces	435	31,73	32,46	26,62	28,96	119,77	29,94
Casi siempre	261	19,04	15,53	14,95	14,30	63,82	15,96
Siempre	219	15,97	7,88	7,81	11,08	42,74	10,69
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>400,00</b>	<b>100,00</b>

**Tabla 2.** Cortes de servicios, eficiencia, prevención, y orientaciones a los usuarios  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios





**Gráfico 2.** Cortes de servicios, eficiencia, prevención, y orientaciones a los usuarios  
**Fuente:** Encuestas los usuarios domicilios

4. Se observa que el 31.73%, 19.04% y el 15.97 % opinó que, A veces, Casi siempre y Siempre, respectivamente, tienen conocimiento del mantenimiento del sistema de distribución. En tanto que el 18,23% y 15,03% dijo que Casi nunca y Nunca se da a conocer acerca de la suspensión de la energía, por mantenimiento del sistema. Ver Tabla 2 y Gráfico 2.

5. 55,88 % suman las opciones A veces, Casi siempre, Siempre, en relación a haber recibido capacitación sobre el uso eficiente de la energía. El 44,13 % suman los que expresaron Casi nunca y Nunca. Ver Tabla 2 y Gráfico 2.

6. Los usuarios encuestados en un 49,37 % indicaron que A veces, Casi siempre y Siempre han recibido orientación sobre los riesgos y peligros en el uso de energía, pero el 50,62 % representan el Casi nunca y Nunca. Ver Tabla 2 y Gráfico 2.

7. El 74,62 % de los usuarios encuestados indicó que Nunca, Casi nunca o A veces, reciben orientación sobre sus derechos y obligaciones como consumidor, pero el 25,38 % reveló que Casi siempre y Siempre. Ver Tabla 2 y Gráfico 2.

**Análisis Crítico:**

Los clientes consideran que la información recibida por la distribuidoras de energía o suministro eléctrico no es suficiente ni adecuada, esto se sustenta en el hecho de que los cortes programados no siempre se comunican a

los usuarios, a lo expuesto se debe sumar la apreciación sobre la necesidad de conocer a fondo cómo manejar la energía eléctrica para evitar accidentes; sin embargo, esta educación no es recibida, de ahí que se desconocen riesgos y peligros al manipularla. En resumen, las eléctricas no se preocupan de orientar sobre el uso del servicio ofertado y de difundir derechos y deberes de quienes se constituyen en sus clientes o usuarios.

**SECCIÓN 3: FACTURA (Servicio de facturación)**

8.- ¿La factura, por el consumo de energía eléctrica, llega a su domicilio con suficiente tiempo para realizar el pago?

9.- ¿La factura por el consumo de energía eléctrica tiene errores?

10.- ¿La información que le presentan las empresas de energía eléctrica, en su factura/nota de venta, es claro?

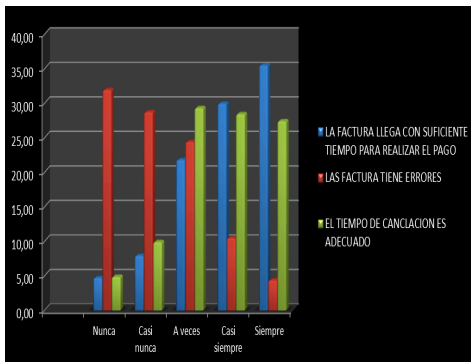
11.- ¿Considera que la cantidad de locales y medios para el pago de su factura son?

12.- ¿Considera que el plazo que le asignan las empresas de energía eléctrica, para cancelar su factura, es adecuado?



ALTERNATIVA	USUARIOS	8 (%)	9 (%)	12 (%)	ALTERNATIVA	10 (%)	ALTERNATIVA	11 (%)	8 AL 12	PROMEDIO
Nunca	65	4,74	31,95	4,89	Muy confusa	2,04	Muy escasos	5,03	48,65	9,73
Casi nunca	109	7,95	28,74	9,92	Confusa	7,08	Escasos	9,77	63,46	12,69
A veces	299	21,81	24,43	29,32	Aceptable	27,64	Regulares	22,90	126,10	25,22
Casi siempre	411	29,98	10,5	28,45	Clara	36,98	Aceptables	47,85	153,76	30,75
Siempre	487	35,52	4,38	27,43	Muy clara	26,26	Muy aceptables	14,45	108,04	21,61
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,01</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>

**Tabla 3.** Los errores y plazos de las planillas del consumo de energía eléctrica  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios



**Gráfico 3A.** Los errores y plazos de las planillas Locales y Medios Para el del consumo de energía eléctrica  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios



**Gráfico 3B.** Información en las Facturas / Notas de Venta  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios



**Gráfico 3C.** Cantidad de Pago  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios

8. El 87,31 % de los usuarios encuestados indicó que Siempre, Casi siempre, o A veces reciben la factura con suficiente tiempo para realizar el pago, pero el 12.69 % expresó que Casi nunca o Nunca reciben la factura con su-

ficiente tiempo para realizar el pago. Ver Tabla 3 y Gráfico 3A.

9. El 39,31 % de los usuarios encuestados indicó que A veces, Casi siempre, y Siempre reciben la factura por consumo de energía con

errores, mientras el 60.69 % sostuvo que Casi nunca o Nunca.

Ver Tabla 3 y Gráfico 3A.

10. A 90.88 % asciende el porcentaje de aceptación en la información de la factura, porque la consideran Aceptable, Clara y Muy clara, pero el 9.12 % considera que la información es Confusa y Muy confusa. Ver Tabla 3 y Gráfico 3B.

11. 84.08 % es el porcentaje de aceptación en la cantidad de locales y medios para el pago de las factura, pero el 14,80 % de los usuarios encuestados consideró que son Escasos y Muy escasos, estos locales. Ver Tabla 3 y Gráfico 3C.

12. El 85.20 % de usuarios encuestados consideró que A veces, Casi siempre y Siempre, el plazo que le asignan para cancelar su factura es adecuado, pero el 14.80 % expresó que Casi nunca o Nunca dicho plazo para el pago de su planilla es adecuado. Ver Tabla 3 y Gráfico 3A.

**Análisis Crítico:**

El servicio de facturación genera quejas de los usuarios, especialmente cuando las facturas llegan a las viviendas casi a la fecha en que vence el tiempo de su cancelación y con errores en cuanto al monto a pagar por consumo. A pesar de los puntos expuestos, lo que se ha mejorado es el número de puntos de pago de la factura o planilla de consumo, pero los plazos de su cancelación son tan cortos que ocasiona cortes de energía por concepto de mora, de ahí se desprenden las molestias por demoras en reconexiones.

**SECCIÓN 4: ATENCIÓN A CLIENTES**

13.- ¿Usted tiene facilidad para contactarse con la empresa distribuidora, cuando requiere pedir información o necesita algún servicio?

14.- Considera que el tiempo que dedican las empresas de energía eléctrica para atender su reclamo es:

15.- ¿Considera que el tiempo que espera en las distribuidoras de energía eléctrica, al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información hasta ser atendido es?

16.- ¿Considera que los funcionarios y trabajadores que lo atendieron al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información demostraron conocimiento sobre la materia?

17.- ¿Considera que los funcionarios y trabajadores que lo atendieron al realizar un reclamo, solicitar un servicio o información fueron claros al proporcionarle información?

18.- ¿De manera general cómo califica el trato y la cordialidad de los funcionarios y/o trabajadores de las empresas de energía eléctrica que lo atendieron?

19.- ¿El plazo de la solución a sus reclamos, solicitudes de servicios o pedidos de información por parte de las distribuidoras de energía eléctrica es?

20.- ¿Cuándo realiza un reclamo a las empresas de energía eléctrica, se le da una solución definitiva a su problema?

21.- ¿Cuándo realiza un reclamo en las distribuidoras de energía eléctrica, ésta cumple con los plazos acordados?

ALTERNATIVA	USUARIOS	13 (%)	16 (%)	17 (%)	20 (%)	21 (%)	ALTERNATIVA	14 (%)	ALTERNATIVA	15 (%)	19 (%)	ALTERNATIVA	18 (%)	13 al 21	PROMEDIO
Nunca	181	13,20	5,03	3,65	3,79	4,52	Muy insatisfactorio	6,42	Muy largo	10,88	8,02	Muy descortés	3,72	59,23	6,58
Casi nunca	234	17,07	6,64	7,88	9,85	9,56	Insatisfactorio	20,20	Largo	32,69	21,59	Descortés	14,81	140,29	15,59
A veces	502	36,62	38,73	44,2	39,75	35,81	Aceptable	42,60	Aceptable	32,72	42,38	Aceptable	40,19	353,00	39,22
Casi siempre	302	22,02	29,76	28,23	33,19	28,52	Satisfactorio	22,98	Corto	17,22	20,13	Amable	28,15	230,20	25,58
Siempre	152	11,09	19,84	16,04	13,42	21,59	Muy Satisfactorio	7,8	Muy corto	6,49	7,88	Muy amable	13,13	117,28	13,03
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>3,65</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		<b>100,00</b>		<b>100,00</b>

**Tabla 4.** Atención de los clientes y reclamos  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios



**Gráfico 4A.** Atención al Cliente  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 4B.** Tiempo de demora de los reclamos.  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 4C.** Atención de los clientes y reclamos  
**Fuente:** Encuestas a los usuarios en domicilio.

13. 69.74 % es el porcentaje de usuarios encuestados que indicó que A veces, Casi siempre y Siempre tienen facilidad para contactarse con esta regional, pero el 30.26 % indica que Casi nunca o Nunca pueden contactarse con la regional, a fin de solicitar información o algún servicio. Ver Tabla 4 y Gráfico 4A.

14. 73.38 % es el porcentaje de Satisfactorio y Muy satisfactorio, del tiempo que dedica la empresa para atender el reclamo de los usuarios. Pero el 26.62 % se sienten Insatisfechos o Muy insatisfechos. Ver Tabla 4 y Gráfico 4B.

15. A 56.45 % asciende el porcentaje de usuarios encuestados que expresaron que es Aceptable, Corto y Muy corto el tiempo que esperan para realizar un reclamo, solicitar un servicio o información hasta ser atendido, pero el 43.55 % indicó que el tiempo de espera es Largo y Muy largo. Ver Tabla 4 y Gráfico 4C.

16. 88.33 % es el porcentaje de usuarios que indicaron, que A veces, Casi siempre y Siempre los funcionarios y trabajadores demostraron conocimiento sobre los temas tratados, pero el 11.67 % sostuvo que Casi nunca o Nunca los funcionarios mostraron conocimientos sobre ello. Ver Tabla 4 y Gráfico 4A.

17. 88.48 % es el porcentaje de usuarios que

indicaron, que A veces, Casi siempre y Siempre los funcionarios y trabajadores fueron claros al proporcionarles información, pero el 11.52 % sostuvo que Casi nunca o Nunca los funcionarios proporcionaron información. Ver Tabla 4 y Gráfico 4A.

18. Calificaron en un 81.47 % de Aceptable, Amable y muy Amable el trato y la cordialidad de los trabajadores, pero el 18.53 % consideran que han sido tratados de una forma Descortés y Muy descortés. Ver Tabla 4 y Gráfico 4C.

19. 70.39 % de los usuarios calificaron de Aceptable, Corto y Muy corto el plazo de la solución a sus reclamos, solicitudes de servicio o información, pero el 29.61 % consideró Largo y Muy largo el tiempo de espera para la solución a sus problemas planteados a la CNEL, Regional Milagro. Ver Tabla 4 y Gráfico 4C.

20. 86.36 % de los usuarios calificaron que A veces, Casi siempre, y Siempre le dan solución definitiva a sus problemas de reclamos planteados. Pero el 13.64 % consideró Casi nunca o Nunca le dan una solución definitiva a su problema de reclamo, expresaron que han tenido que presentarse varias ocasiones para ver resultados definitivos, pero estos aparecen otra

vez. Ver Tabla 4 y Gráfico 4C.

21. El 85.92 %, que representa las opciones de A veces, Casi siempre y Siempre, indicó que se cumple con los plazos acordados, pero el 14.08 % dijo que Casi nunca o Nunca la regional cumple con los plazos previstos. Ver Tabla 4 y Gráfico 4C.

**Análisis Crítico:**

La atención a los usuarios se caracteriza por que la comunicación entre empresa-cliente no emplea los mejores factores o formas de atención, especialmente los reclamos que debe esperar una brecha de tipo insatisfactoria (larga) para obtener una respuesta o solución a peticiones o reclamos. Otro punto negativo es que los funcionarios del área de servicio al cliente no están preparados para generar una atención satisfactoria, lo que se convierte en un indicador de que el trabajo efectuado por este personal debe mejorar, pues actualmente ocasiona descontento.

**SECCIÓN 5: IMAGEN CORPORATIVA**

22.- ¿Considera usted que las empresas de energía eléctrica son ágiles y modernas?

23.- ¿Considera usted que las distribuidoras de energía eléctrica son honestas, serias y transparentes?

24.- ¿Considera usted que las empresas de energía eléctrica se preocupan por lograr la satisfacción de sus clientes?

25.- ¿Considera usted que las distribuidoras de energía eléctrica, contribuyen al desarrollo de la comunidad?

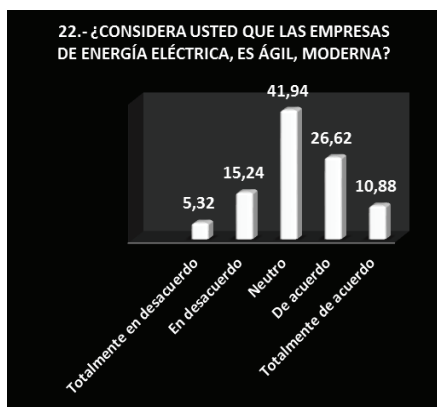
26.- ¿Considera usted que las empresas de energía eléctrica están preocupadas por la conservación del medio ambiente?

27.- ¿Considera usted que las distribuidoras de energía eléctrica son empresas en las cuales se puede confiar?

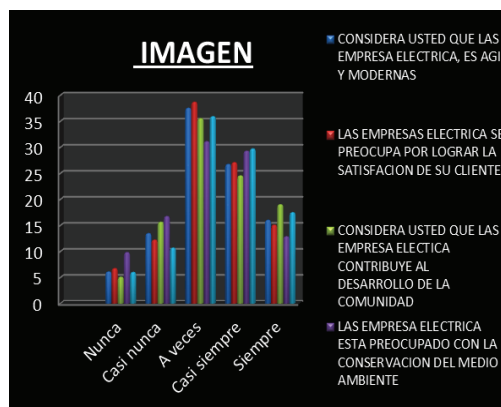
28.- ¿Que recomendaría usted a las empresas de energía eléctrica para mejorar las condiciones de su servicio, en cada una de las áreas que se detallan a continuación?

ALTERNATIVA	USUARIOS	22 (%)	ALTERNATIVA	23 (%)	24 (%)	25 (%)	26 (%)	27 (%)	22 al 27	PROMEDIO	ALTERNATIVA	%
											Atención al cliente	25.02
Totalmente en desacuerdo	73	5,32	Nunca	6,13	6,78	5,11	9,58	6,08	39,24	6,54	Recaudación -cobranza	10.36
En desacuerdo	209	15,24	Casi nunca	13,49	12,25	15,68	16,78	10,72	84,16	14,03	Medidores y acometidas	10.87
Neutro	575	41,94	A veces	37,56	38,73	35,59	31,15	35,96	220,93	36,82	Control de pérdidas	6.35
De acuerdo	365	26,62	Casi siempre	26,77	27,13	24,58	29,32	29,76	164,18	27,36	Facturación	8.24
Totalmente de acuerdo	149	10,88	Siempre	16,05	15,11	19,04	12,09	17,51	91,49	15,25	Corte y re conexión	14.30
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>600,00</b>	<b>100</b>	Alumbrado público	24.86
											<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Tabla 5.** Imagen de las empresas distribuidoras de energía eléctrica  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 4A.** Agilidad de la Empresa Eléctrica  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 4B.** Imagen  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilios.



**Gráfico 4C.** Condiciones del Servicio de la  
Fuente: Encuestas a los usuarios en domicilio.

22. El 41,94 % de los encuestados son Neutros en sus posiciones, el 37,49 % están De acuerdo y Totalmente de acuerdo, ya que el 20,56 % están en Desacuerdo y Totalmente en desacuerdo en que son ágiles y modernas. Ver Tabla 5 y Gráfico 5A.

23. Porcentaje muy representativo (80,38 %) de A veces, Casi siempre y Siempre los usuarios consideran que las distribuidoras de energía eléctrica son honestas, serias y transparentes en los servicios que brindan al usuario, pero el 19,62 % indica que Casi nunca o Nunca.

24. El 80,96 % de usuarios encuestados indicó que A veces, Casi siempre y Siempre las distribuidoras del suministro eléctrico se preocupan por lograr la satisfacción de sus clientes, pero el 19,04% respondió Casi nunca o Nunca. Ver Tabla 5 y Gráfico 5B.

25. El 79,21 % de los usuarios encuestados consideran que la regional Milagro si contribuye al desarrollo de la comunidad, pero el 20,79 % demostraron su negativa ya que la empresa

no contribuye al desarrollo de la comunidad. Ver Tabla 5 y Gráfico 5B.

26. El 73,38 % de los usuarios encuestados consideró que la regional Milagro si se preocupa por la conservación del medio ambiente, pero el 26,62 % No. Ver Tabla 5 y Gráfico 5B.

27. El 83,23 % expresó que si se puede confiar en las distribuidoras de energía eléctrica, pero el 16,77 % dijo No.

28. Atención al cliente con el 25,02%, es la primera dependencia que debe mejorar sus condiciones para un buen servicio. El alumbrado público con 24,87% es la segunda recomendación que dan los usuarios, ya que existen muchos lugares sin luminarias. En tercer lugar Corte y reconexión con el 14,30 % ya que los usuarios requieren solución inmediata a los cortes de energía y en un cuarto lugar Recaudación, Medidores, Control de pérdidas y Facturación con un promedio del 17,91 %. Ver Tabla 5 y Gráfico 5C.

**Análisis Crítico:**

Las eléctricas del país han mejorado en sus funciones; por ello, se considera que sus instalaciones y operatividad están siendo modernizadas, esto lleva a crear una imagen corporativa positiva, al proyectar honestidad y transparencia, contribuyendo con el desarrollo de las localidades atendidas. Sin embargo, esto no descarta el que deba mejorarse el servicio, la calidad de atención al cliente, los sistemas de facturación y cobro, etc.

**5. CONCLUSIONES**

La actual Gestión de satisfacción al cliente del sector eléctrico, no cumple con todos los requerimientos de los usuarios del suministro de energía eléctrica, así lo han expresado al responder a las preguntas planteadas en la encuesta. Esto afecta, en forma directa, la imagen corporativa de quienes se dedican a la generación y distribución de un elemento vital para el desarrollo de actividades cotidianas, que permiten el progreso y adelanto de las comunidades. A continuación se puntualizan aspectos concluyentes de la investigación:

- La calidad del servicio no satisface totalmente a los usuarios del suministro eléctrico, quienes indican verse afectados por cortes de energía que no fueron planificados ni comunicados con antelación, además de las variaciones de intensidad, lo que entorpece las actividades rutinarias y genera riesgos.
- El sistema de comunicación e información empresa-clientes no funciona de forma proactiva, esto lleva a un desconocimiento sobre fechas para cortes por mantenimiento del sistema de distribución, escasa capacitación sobre el uso eficiente de la energía y sobre los derechos y obligaciones como consumidores.
- La facturación presenta graves inconvenientes que perjudican a los usuarios; por ejemplo, la factura se recibe a muy escaso tiempo de su vencimiento, estas suelen contener errores y su formato no es de fácil comprensión.
- En lo que respecta a Atención al cliente, su gestión se caracteriza por brindar facilidad de contacto con la regional, los reclamos se están atendiendo con mayor agilidad, el personal encargado de esta actividad la realizan en un tiempo aceptable, dando soluciones definitivas a los reclamos, en la mayoría de los casos.
- La opinión sobre la modernidad, de quienes brindan el suministro eléctrico, se encuentra en un nivel de aceptación media; sin embargo, en base a la Regional Milagro que distribuye a Mila-

gro, Naranjito, El Triunfo, Simón Bolívar, Coronel Marcelino Maridueña, Bucay y Yaguachi, la mayoría de usuarios consideran que la gestión es honesta, con demostraciones de preocupación por mejorar el servicio y conservar el medio ambiente, de ahí que se puede concluir que la imagen corporativa es positiva y genera confianza en la comunidad.

**6. RECOMENDACIONES**

- El suministro eléctrico que provee debe mejorar su calidad, esto se logrará al disminuir y eliminar: cortes de energía y variaciones de intensidad que no fueron previstos; por ello, se recomienda planificar el mantenimiento del sistema de producción y distribución.
- Se aconseja mantener un sistema integral de comunicación en enlace, caracterizado por ser claro, preciso y a tiempo, con quienes hacen uso del suministro eléctrico, además brindar capacitación sobre cómo utilizar la energía eléctrica con propiedad y cuáles son los riesgos de una manipulación errónea, aspectos que pueden ser dados en forma personal y por medio de la tecnología (internet).
- Revisar el sistema de lectura de medidores y facturación, asegurándose que los clientes reciban la planilla con un intervalo de tiempo prudente, entre su recepción y vencimiento, esta ampliación de período permitirá que las facturas sean canceladas y disminuir el número de cortes mensuales de este servicio. Además, implementar nuevos convenios con una mayor cantidad de entidades financieras, que brinden facilidades para el servicio de cancelación.
- Mantener la mejora continua en lo que respecta a Atención al cliente; así, esta actividad será más eficiente y brindará soluciones definitivas a reclamos. También se recomienda incorporar mediciones periódicas sobre la percepción del servicio que se está aprovisionando, esto servirá como medida de seguimiento a esa mejora continua, todo acorde a las políticas del gobierno, en lo referente a calidad de vida.
- La Gestión de satisfacción al cliente, puede planificarse estratégicamente, considerando los puntos antes mencionados, resultantes de la actual investigación, esto generará consecuencias positivas en Atención al cliente y calidad de servicio y por ende una imagen corporativa sólida de honestidad, eficiencia y arduo esfuerzo por conservar el medio ambiente y contribuir con el desarrollo del país.

### Referencias Bibliográficas

- [1]. SENPLADES). Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013. Quito.
- [2]. Fornell, C. (2008). El cliente satisfecho, estrategias cuantitativas y cualitativas para fidelizar al consumidor. Barcelona: Deusto.
- [3]. Rokes, B. (2003). Servicio al cliente. México: Thompson.
- [4]. Villegas, E. (5 de Julio de 2012). Gestión de Satisfacción al Cliente II. (D. T. Departamento de Investigación, Ed.) CIENCIA(7).
- [5]. Instructivo para el manejo de los formularios de control de calidad del servicio eléctrico de distribución, Regulación Conelec 004/01 del 22 de noviembre del 2007.
- [6]. Beck, U. (2007). Modernización Reflexiva. Obtenido de: <http://www.criterios.es/pdf/archplusbeckmoder.pdf>
- [7]. Boisier, S. (Agosto de 1999). ¿Desarrollo Local, de qué estamos hablando? Obtenido de [<http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/BOISIER-Desarrollo-local-de-qu%C3%A9-estamos-hablando.pdf>]
- [8]. INEC. (s.f.). Obtenido de Necesidades básicas insatisfechas: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=65&Itemid=35](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=35)
- [9]. CONELEC. (s.f.). Funciones y Facultades. (G. N. Ecuador, Editor) Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.conelec.gob.ec/contenido.php?cd=1107&l=1>
- [10]. Instructivo para el manejo de los formularios de control de calidad del servicio eléctrico de distribución, Regulación CONELEC 004/01 del 22 de noviembre del 2007.
- [11]. Varela, R. Y. (Septiembre de 2006). Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en Competencias. (U. ICESI, Ed.) Estudios Gerenciales, 22(100).
- [12]. INEC (2010). Obtenido del sistema Redatam. Censo Poblacional y Vivienda. <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction>
- [13]. CONELEC. (s.f.). Estadísticas y Proyecciones. [www.conelec.gob.ec](http://www.conelec.gob.ec)

### Otra bibliografía consultada

1. CONELEC. (27 de Diciembre de 2012). Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Regulación 003/12.
2. CONELEC. (15 de Marzo de 2012). Modelo de factura para el pago de los valores correspondientes por los servicios públicos de energía eléctrica y alumbrado público general. Regulación 003/12.
3. Congreso Nacional. (10 de Julio de 2000). Ley Orgánica de Defensa al Consumidor. R.O. S 116.
4. Nevado, D., López, V., Pérez-Carballo, J. y Zariátegui, J. (2007). Cómo gestionar el binomio productividad-rentabilidad. Madrid: Especial Directivos.